



Unioncamere  
Toscana

# Newsletter Net Economy

Iscrizione al Tribunale di Lucca N° 783 del 30/5-3/6/2003

N° 2 del 28/02/2012

## E-GOVERNMENT

### I nuovi servizi on line forniti dal Comune di Firenze

*Dal 13 febbraio 2012 il Comune ha attivato i nuovi servizi on-line per il deposito di pratiche legati agli impianti e alla certificazione energetica*

Firenze si conferma molto sensibile nella trasmigrazione dei servizi 'dallo sportello' al 'pc dell'ufficio': ecco le ultime novità che riguardano **pratiche legate agli impianti e alla certificazione energetica**.

Le pratiche che potranno essere presentate on-line sono:

- Deposito Attestato Certificazione Energetica (A.C.E.)
- Deposito progetto impianti L. 248/2005 e D.M. 37/2008
- Deposito progetto impianti termici e contenimento energetico (ai sensi della Legge 10/1991 Art. 28)
- Deposito progetto nuovo impianto termico L.10/1991
- Deposito progetto nuovo impianto termico derivato da frazionamento L.10/1991
- Deposito progetto ristrutturazione impianto termico L.10/1991
- Deposito progetto frazionamento impianto termico inferiore o uguale a 100 KW L.10/1991
- Deposito progetto frazionamento impianto termico superiore a 100 KW L.10/1991
- Deposito progetto sostituzione generatore L.10/1991
- Deposito progetto isolamento strutture L. 10/1991
- Deposito progetto serre solari L. 10/1991

I servizi di deposito richiedono tutti la **preventiva autenticazione**: di conseguenza, è **necessario possedere le credenziali di accesso (nome utente e password) o una carta elettronica (CNS / Tessera Sanitaria Regione Toscana)**.

**Per maggiori dettagli** è possibile consultare le informazioni presenti nella Rete Civica del Comune di Firenze nell'area "Servizi | Guide Tematiche | Ambiente e Territorio | Inquinamento | Controllo impianti termici e tecnologici" oppure contattare il Contact Center Telefonico al n. 055.055 o inviare una e-mail al seguente indirizzo di posta elettronica certificata: [serviziosostenibilitaambientaleonline@comune.fi.it](mailto:serviziosostenibilitaambientaleonline@comune.fi.it)

Fonte: [www.comune.fi.it](http://www.comune.fi.it)

## PREMI E CONCORSI

### Aperte le iscrizioni al concorso europeo "e-Inclusion Award"

La Commissione europea ha aperto le iscrizioni al nuovo **e-inclusion Award**, il concorso con cui intende premiare le iniziative europee tese a ridurre il divario digitale.

Possono partecipare **individui, organizzazioni pubbliche e imprese**, suddivise per **due categorie di premi**: "**I am a part of IT**" è indirizzato a cittadini che sono testimoni di storie di inclusività digitale; "**Be part of IT Champions**" è indirizzato a enti e imprese portatrici di progetti di inclusività.

Saranno selezionati **dodici progetti per ogni categoria**.

I premi saranno assegnati alla Conferenza dell'Agenda digitale che si terrà a Bruxelles il 21 e 22 giugno.

Ci si iscrive [qui](#) entro il 4 maggio(LINK)

## PRIVACY

### Email Marketing: Il Garante vieta ad una società l'uso di due banche dati

Il Garante per la Privacy ha vietato a una società concessionaria di pubblicità l'utilizzo di due banche dati contenenti gli indirizzi e-mail di oltre 340.000 persone. La società, tra le principali in Italia ad offrire servizi internet e di marketing, è stata sottoposta a una ispezione nell'ambito degli accertamenti effettuati dal Garante nel settore delle promozioni tramite posta elettronica.

Dalle verifiche è emerso che, in alcuni casi, la società aveva operato solamente come intermediario tra chi intendeva promuovere i propri prodotti e servizi e i titolari di alcuni database con liste di persone contattabili per finalità pubblicitarie, senza accedere quindi ai dati personali degli interessati. In altri casi, invece, la concessionaria di pubblicità aveva operato direttamente su due banche dati esterne, utilizzando gli indirizzi e gli altri dati personali contenuti senza aver però rispettato l'obbligo di informare le persone registrate e richiedere il loro consenso.

La concessionaria, peraltro, non è risultata essere stata neppure designata responsabile del trattamento dai titolari delle due banche dati.

Il Garante, accertato l'illecito, ha vietato alla internet company ogni ulteriore trattamento dei dati personali presenti nei due archivi e ha avviato un autonomo procedimento al fine di valutare eventuali sanzioni amministrative per le violazioni commesse.

Fonte: GarantePrivacy – Newsletter N.354 del 23 dicembre 2011

## SOCIAL NETWORKS

### L'Università di Pisa sbarca sui social network

L'Università di Pisa sempre più social e interattiva approda su Facebook e Twitter. L'Ateneo ha infatti da poco attivato le sue pagine istituzionali sulle più conosciute piattaforme di community per promuovere le attività accademiche e informare gli studenti nel contesto partecipato del web 2.0.

La fan page "Università di Pisa - Pagina ufficiale" inaugurata da qualche settimana, ha già superato i 600 iscritti. Gallerie fotografiche, video e articoli di interesse per studenti e non solo arricchiscono la pagina, aggiornata ogni giorno con nuovi post. Facebook non è l'unico social network su cui è arrivata l'Università di Pisa, che si è lanciata anche sul sito di microblogging Twitter, con il nickname "Unipisa" contando ad ora quasi 300 follower.

Sul profilo di Unipisa si possono seguire costanti aggiornamenti su eventi e notizie legate alla vita universitaria.

**Su YouTube** l'università di Pisa ha attivato ben due canali:

**VideoUNIPI** è il canale ufficiale, in cui sono pubblicati i video sulla vita universitaria, mentre il canale **Rassegna Stampa SUP** è una sezione in cui sono raccolti i filmati della rassegna stampa tratti da Tg e trasmissioni che parlano dell'Ateneo e delle altre istituzioni del Sistema Universitario Pisano. Queste iniziative si collocano all'interno di una nuova e più aperta attività di comunicazione che l'Università ha intrapreso già con il rinnovamento della homepage del sito d'Ateneo con una sezione interamente dedicata alle news e agli approfondimenti su eventi e ricerca.

*"Questi nuovi strumenti interattivi diventano anch'essi parte integrante del flusso di comunicazione istituzionale - ha commentato Nicoletta De Francesco, prorettore vicario e delegato alla Comunicazione dell'Università - L'attivazione dei social network testimonia la volontà dell'Ateneo di valorizzare il dialogo con tutta la comunità accademica, ma anche con le diverse realtà esterne, con un'attenzione privilegiata per il mondo giovanile".*

Fonte: In toscana.it

### Tutti pazzi per Foursquare, strumento di geolocalizzazione indispensabile per la promozione turistica

*Grazie allo strumento "appena arrivo in un posto, mi registro e 'tutti lo sanno'". Ma non solo: il senso di Foursquare, ben rappresentato dall'iniziativa di promozione turistica "Visit Tuscany", è l'ottenimento, da parte del turista, di informazioni "live" su qualsiasi meta si desideri visitare.*

**So.Lo.Mo.** è un acronimo che sta per "Social Local Mobile" e riassume in tre parole il nuovo trend di fruizione delle informazioni da parte dell'utente dei servizi internet.

Il turista rappresenta l'esempio più tangibile di questa rivoluzione nei comportamenti del consumatore. Strumenti come tablet e smartphone consentono di avere accesso a contenuti in mobilità e sempre più geolocalizzati. Questo è un vero vantaggio per il turista che arriva in un luogo che non conosce e può ottenere informazioni in tempo reale e molto mirate in relazione al posto in cui si trova.

A tutto questo si aggiunge l'ingrediente fondamentale delle innovazioni in campo comunicativo e tecnologico e cioè la dimensione sociale. Il turismo porta con sé, più di ogni altro campo, le caratteristiche di condivisione e passaparola che con i social media e le applicazioni mobile trovano la loro massima espressione.

**Foursquare fa parte della panoramica di LBS (Location Based Services)** che stanno crescendo in maniera esponenziale in questi ultimi due anni. Nato nel 2009 da un'idea di Dennis Crowley e Naveen Selvadurai, oggi conta 10 milioni di utenti e un miliardo di check-in.

**Visit Tuscany** è un esempio eccellente di cosa può fare un ente di promozione turistica con Foursquare.

Il social media team di **Fondazione Sistema Toscana** sta infatti realizzando un ottimo lavoro di promozione turistica della Regione utilizzando Foursquare.

La pagina conta più di 11.000 followers e ad oggi la Toscana è la regione più geolocalizzata d'Italia. Questo significa rendere visibili e direttamente fruibili dal turista che si trova in giro col suo smartphone una serie di contenuti utili per orientarsi e godere fino in fondo delle risorse del luogo.

**Visit Tuscany** contiene liste tematiche, ovvero raccolte di consigli (tips) su vari luoghi da visitare e, secondo una scelta strategica molto intelligente,

alcuni tips sono presenti anche in alcune porte di accesso al territorio toscano, come aeroporti e stazioni ferroviarie (anche all'estero).

**Un'amministrazione pubblica** che si occupi della **promozione turistica** non può non prescindere dall'utilizzo di questo genere di strumenti di geolocalizzazione.

Ancora forse poco conosciuto in Italia, **Foursquare è molto utilizzato all'estero** e può essere un **interessante canale di contatto con il turista straniero** che viene nel nostro Paese, permettendo alla PA di accompagnare il visitatore passo dopo passo durante il viaggio.

Fonte: e-Govnews

## SOLUZIONI INTERNET

### Google Analytics: uno strumento agile e gratuito per analisi statistiche sul nostro sito web

**Google Analytics** è uno **strumento gratuito** che consente di **visualizzare e analizzare le statistiche** legate al proprio o ai propri **siti**.

Per utilizzarlo bisogna **creare un account**, e poi inserire del codice all'interno delle proprie pagine, o a seconda dei casi **utilizzare strumenti** eventualmente messi a disposizione dal CMS che si utilizza.

Gli strumenti di analisi sono molto completi. Oltre alle pagine viste e alle visite uniche **ciascun accesso viene analizzato in relazione alla provenienza e al tempo trascorso sulle pagine**. Si possono anche **monitorare in diretta i visitatori** presenti in quel momento sul sito. C'è anche un'integrazione con AdWords, per **valutare l'impatto delle proprie campagne pubblicitarie**.

<http://www.google.com/analytics>

### IM-CrIM-Creator: una web app per creare un sito web in pochi semplici step

**IM-CrIM-Creator** è un sito che mette a disposizione tutti gli **strumenti e le funzionalità necessarie per creare un sito web in pochi passi**. Si può partire da una pagina vuota o da un modello predefinito. In questo caso sono divisi per categoria, secondo la colonna laterale. **Si comincia cliccando su "Edit"**, ed entrando quindi nella pagina di modifica.

In quest'area si possono utilizzare una **serie di strumenti** presenti nel menu superiore. **"Pages"** consente di inserire nuove pagine, **"Add an Element"** contiene tutti gli elementi da poter inserire in una pagina, e basta cliccarci per vederli comparire nell'anteprima del sito. Con **"Settings"** si modificano le altre impostazioni generali.

Applicazione **gratuita**, è disponibile però solo in inglese.

Link: <http://imcreator.com>

Fonte: Webapp.it

## ULTIME DALL'UE

### Programma comunitario Internet più sicuro: pubblicato il bando 2012

In data 1 febbraio, sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, serie C 27/5, è stato pubblicato l'**Invito a presentare proposte 2012** per azioni indirette nell'ambito del **programma comunitario pluriennale per la protezione dei bambini che usano Internet** e altre tecnologie di comunicazione (**Internet più sicuro**).

Il programma «Internet più sicuro» (Safer Internet)persegue **quattro linee di azione**:

- a) *la sensibilizzazione del pubblico;*
- b) *la lotta contro i contenuti illeciti e i comportamenti dannosi in linea;*
- c) *la promozione di un ambiente in linea più sicuro;*
- d) *la creazione di una base di conoscenze.*

**Attività previste dal bando:**

#### **Linea di azione 1: RETE EUROPEA DEI CENTRI «INTERNET PIÙ SICURO»**

- **Azione: 1.1 RETE INTEGRATA: CENTRI INTERNET PIÙ SICURO**

#### **Linea d'azione 2: LOTTA CONTRO I CONTENUTI ILLECITI E I CONTATTI E COMPORTAMENTI DANNOSI IN LINEA**

- **Azione: 2.1 PROGETTO MIRATO: POTENZIARE LA CAPACITÀ DEGLI ORGANISMI PREPOSTI ALL'APPLICAZIONE DELLA LEGGE DI IDENTIFICARE E ANALIZZARE LA PORNOGRAFIA INFANTILE**

#### **Linea d'azione 3: PROMOZIONE DI UN AMBIENTE IN LINEA PIÙ SICURO**

- **Azione: 3.1 RETI TEMATICHE: PROMOZIONE DI ESPERIENZE POSITIVE IN LINEA PER I BAMBINI**

#### **Linea d'azione 4: CREAZIONE DI UNA BASE DI CONOSCENZE**

- **Azione: 4.1 PROGETTO PER IL POTENZIAMENTO DELLE CONOSCENZE: STUDIO DELL'IMPATTO DELLA CONVERGENZA TECNOLOGICA SUI GIOVANI**

- **Azione: 4.2 PROGETTO PER IL POTENZIAMENTO DELLE CONOSCENZE: INDIVIDUAZIONE DI STRUMENTI DI RICERCA/NAVIGAZIONE A MISURA DI BAMBINO**

**Beneficiari:**

L'invito a presentare proposte nell'ambito del presente programma di lavoro è aperto a **tutti i soggetti giuridici stabiliti negli Stati membri**. È aperto inoltre alla partecipazione di tutti i soggetti giuridici stabiliti negli Stati EFTA che sono parti contraenti dell'accordo SEE (Norvegia, Islanda e Liechtenstein).

È aperto inoltre alla partecipazione di soggetti giuridici stabiliti in altri paesi alle condizioni previste all'articolo 2 della decisione sul programma ( 2 ), a condizione che sia stato sottoscritto un accordo bilaterale

Altre indicazioni sui beneficiari sono indicate al punto 6 dell'invito (GUUE)

**Importo disponibile:**

La dotazione di bilancio indicativa, nel quadro del bilancio 2012, ammonta a **13 422 200 EUR di contributo comunitario**

**Modalità di partecipazione:**

Per quanto riguarda le attività da realizzare e gli obiettivi specifici per le singole azioni, consultare la [Gazzetta ufficiale dell'Unione europea](#) e la [Guida del proponente](#) (LINKS).

**Il termine ultimo** per il ricevimento di tutte le proposte è fissato al **29 marzo 2012, ore 17 (ora di Lussemburgo)**.

**Ulteriori dettagli** si possono trovare sul **sito web** della Commissione europea - Società dell'informazione dedicato al [Programma](#)(LINK)

**Per info e assistenza** è possibile contattare i [Punti di contatti italiani del Programma](#)(LINK)

**Programma CIP ICT PSP per il sostegno alla politica in materia di tecnologie dell'informazione e della comunicazione : pubblicato il bando 2012**

Come preannunciato nello scorso numero di gennaio, è stato **lanciato ufficialmente l'Invito a presentare proposte per il 2012 del Programma CIP-ICT PSP (2007-2013)**, pubblicato venerdì 3 Febbraio 2012 - sulla [Gazzetta ufficiale dell'Unione europea serie C 30](#).

L'invito - [CIP-ICT PSP-2012-6](#)(LINK) scade il **15 Maggio 2012**, h 17h00 (ora locale di Bruxelles).

**Riassumiamo i dati salienti del bando:**

**Obiettivi:**

Stimolare l'innovazione e la competitività attraverso un'ampia adozione e un miglior uso delle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione da parte dei cittadini, delle amministrazioni e delle imprese, e in particolare delle PMI.

**Attività:**

Tema 1. Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione per città intelligenti

Tema 2. Contenuti digitali, dati aperti e creatività

Tema 3. Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione per la salute, l'invecchiamento attivo e l'inclusione

Tema 4. Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione per un'amministrazione innovativa e per servizi pubblici

Tema 5: Servizi elettronici sicuri e altre azioni

I temi sono suddivisi in [sotto-temi](#) (pag 7 del Work Programme) che saranno realizzati attraverso progetti pilota, di tipo A e di tipo B, reti tematiche e reti di buone prassi.

**Importo disponibile:**

€. 127 milioni di euro

**Beneficiari:**

L'invito a presentare proposte è rivolto alle persone giuridiche stabilite negli Stati membri e nei Paesi associati ICT PSP. I paesi associati sono: Croazia, Islanda, Liechtenstein, Norvegia, Serbia, Turchia

*L'ex Repubblica iugoslava di Macedonia ( FYROM) sta per entrare nel programma ICT PSP, infatti il memorandum d'intesa è in fase di ratifica finale. Quindi anche organizzazioni di FYROM possono beneficiare dei finanziamenti per l'ICT PSP nel 2012*

**Modalità di partecipazione:**

Il programma è attuato attraverso **differenti tipi di strumenti**: Piloti A, Piloti B, Reti tematiche /TN e Best Practice Networks (queste ultime esclusivamente per il settore relativo ai contenuti digitali).

**Le proposte di progetto** devono essere inviate utilizzando il **Servizio elettronico di presentazione delle proposte** (EPSS), reperibili sul [sito](#) di

riferimento.

Sul sito è presente un **servizio di verifica preventivo** alla presentazione delle proposte (*pre-proposal check*).

Per **maggiori informazioni** potete rivolgervi al Punto di contatto nazionale: **Apri**

**Link di riferimento:**

- [Testo integrale del bando e documentazione](#)
- [Ricerca partner](#)
- [Presentazione Giornata Informativa 13/1 \(dossier\)](#)
- [Modalità e strumenti di partecipazione al VI bando ICT Policy Support \(Apri\)](#)
- [Progetti cofinanziati nei bandi precedenti](#)

Fonte: Pore.it

## WEB MARKETING

### Qual è l'ora migliore per inviare una e-mail?

Magari non abbiamo mai pensato a valutare l'opportunità di inviare una mail ad un'ora del giorno piuttosto che ad un'altra, ma è invece indubbio che il **fattore "orario"** abbia un suo importante peso nell'efficacia dell'azione. Ma allora **qual è l'ora più adatta per inviare email**, soprattutto se di natura commerciale?

Ci aiuta a scoprirlo **Simona Ibba**, Business Development Manager della piattaforma per l'invio di newsletter Infomail, in un simpatico **articolo** dove vengono scandite le fasce orarie della giornata e le relative considerazioni/indicazioni circa l'opportunità di invio di una comunicazione via mail.

**Link all'articolo:** [http://www.comunicati-stampa.net/com/cs-157360/Lora\\_pi\\_adatta\\_per\\_inviare\\_unemail](http://www.comunicati-stampa.net/com/cs-157360/Lora_pi_adatta_per_inviare_unemail)

Fonte: *Comunicati-stampa.net*

### Le aziende italiane e social media marketing: approccio sperimentale e poca strategia

*"Quanto è social la tua azienda" conferma come le aziende italiane usano i social media in modo ancora*

*"sperimentale", con l'obiettivo di interagire con i consumatori e raccogliere feedback/opinioni, senza precisi obiettivi di business. Le aziende di e-Commerce e Vendita a Distanza sono quelle maggi*

Secondo i dati emersi dall'indagine **"Quanto è Social la tua Azienda?"** - condotta in collaborazione da AIDiM, ANVED ed eCircle **sull'utilizzo dei social media da parte delle aziende** che operano sul territorio italiano - emerge come i **social media sono considerati strumenti molto utili** per aumentare l'interazione con i consumatori e per raccogliere opinioni/feedback sul brand o sui relativi prodotti, **ma mancano strategie chiare per sfruttarli efficacemente** con l'obiettivo di raggiungere concrete opportunità di business.

La ricerca, presentata in occasione di un convegno *ad hoc* lo scorso dicembre presso il Mondadori Multicenter di Milano, ha raccolto **pareri e opinioni di 315 responsabili marketing e direttori commerciali di aziende italiane che operano nei principali settori merceologici** (e-commerce, servizi, abbigliamento, turismo, bancario/assicurativo, IT, editoria e pubblicità/comunicazione).

Il **dato sicuramente più significativo** riguarda la **percentuale di utilizzatori dei social media**: il **75%** dei rispondenti ha infatti dichiarato di utilizzare già **Facebook, Twitter, blog & Co.** e, nel caso delle aziende di e-commerce, il dato raggiunge una percentuale quasi intera.

**Gli intervistati che affermano di non aver ancora sperimentato** questo canale di comunicazione adducono come **motivo** principale quello di **non avere ancora elaborato una strategia** chiara sul mezzo. Di questi, il 22% prevede di sperimentarlo certamente nel futuro, mentre il 42% lo farà con ogni probabilità.

**Due terzi delle realtà aziendali** che già hanno adottato questi nuovi strumenti sembrano avere ancora **obiettivi generici e poco focalizzati**, a conferma di quanto emerso anche dall'Osservatorio e-Commerce B2C 2011 del Politecnico di Milano (prevalenza dell'approccio "timido", rispetto a quello "convinto", nei confronti del social commerce).

**Facebook si conferma il social network più utilizzato dalle aziende italiane (84%)** anche per il settore B2B, seguito a ruota da LinkedIn e Twitter; nonostante sia "appena nato", **anche Google+ registra un alto tasso di gradimento** (il 25% delle aziende lo ha già scelto).

**Oltre il 60% delle imprese** sceglie di promuovere il proprio brand o prodotto con una **fan page** e il **50%** lo fa con un **profilo**, mentre **solo il 30% sceglie di pianificare campagne pubblicitarie** sui social media. Un dato interessante riguarda le risorse destinate al social media marketing: anche se **il 54% delle aziende** che utilizzano i social media ha almeno **una risorsa interna dedicata**, solo il 58% delle aziende rispondenti aggiorna con regolarità il proprio spazio su Facebook, Twitter ecc.

Secondo il campione intervistato **solo il 39% dei propri clienti interagisce con regolarità sui social media**. I motivi dell'interazione sono chiari e precisi: scambio di opinioni sui prodotti con altri utenti (50%), richiesta di assistenza al customer care e feedback sul prodotto/servizio acquistato (oltre 30%).

Le realtà maggiormente focalizzate sull'utilizzo dei social media sono le **aziende di e-Commerce e Vendita a Distanza che hanno di fatto un approccio più orientato al risultato**, con obiettivi precisi e maggiori investimenti di tempo/risorse.

**Risultati Chiave dello Studio:**

- Il 75% dei rispondenti utilizza già i social media (quasi 100% per le aziende che fanno e-commerce) ma non li considera ancora uno strumento di business;

- I due terzi delle aziende li impiega per obiettivi generici e poco focalizzati (aumento dell'interazione con i consumatori, raccolta di opinioni/informazioni);

- Il 25% dei rispondenti dichiara di non usare ancora i social media per mancanza di una strategia chiara. Solo un quinto dei rispondenti ritiene il mezzo non idoneo per le proprie politiche di marketing, mentre due aziende su tre pensano di sperimentarlo certamente (22%) o probabilmente (42%) nel corso del 2012.

- Le decisioni sull'utilizzo del mezzo sono in capo a marketing (79%) e/o comunicazione (64%) anche se il commitment aziendale è ancora piuttosto contenuto: solo il 54% ha almeno una risorsa interna dedicata e solo il 30% richiede il supporto di risorse esterne (agenzie specializzate). Lo spazio social viene aggiornato regolarmente solo dal 58% delle aziende.

- Il livello di soddisfazione è piuttosto moderato: solo l'8% delle aziende conferma di aver centrato i propri obiettivi. Il 19% dei rispondenti non ha alcun obiettivo quantitativo specifico per questa attività.

- Le aziende più soddisfatte sono quelle che fanno e-commerce e vendita a distanza, per via dell'approccio meno sperimentale e più orientato al risultato.

Per scaricare la **versione integrale dello studio**:

<http://www.ecircle.com/it/area-risorse/ricerche/lp/social-media-anved-study.html>.

Fonte: e-circle.com

## E-mail marketing: come aumentare il tasso di consegna delle mail

**Parlando di campagne e-mail, la "deliverability" è la capacità di far arrivare effettivamente il messaggio mail nella mailbox del destinatario (il tasso di consegna) prendendo atto che il fatto che la mail non torni indietro non significa necessariamente sia stata consegnata.**

**Si tratta di un elemento troppo spesso trascurato e che invece, se considerato e seguito nella maniera giusta, può aumentare e quindi migliorare risultati e fatturato di una campagna e-mail.**

**Nel suo articolo tratto da una presentazione di Nazzareno Gorni (guru italiano dell'e-mail marketing), Marco De Alberti espone un'interessante analisi del fattore "deliverability" in relazione alle variabili che lo influenzano, ovvero l' "oggetto e contenuto della email", "i destinatari", "il come la mail viene spedita" (tecnologia, frequenza ecc.).**

**Una analisi puntuale che si evolve in una serie di utilissime indicazioni pratiche sulle caratteristiche e le qualità essenziali che dobbiamo garantire ai messaggi e-mail per migliorare risultati e fatturato di una campagna e-mail.**

**LINK all' articolo di Marco de Alberti**

**LINK alla presentazione video di Nazzareno Gorni**

**Fonte: Mercatoglobale**

## ATTIVITÀ SERVIZI & PROGETTI

### Internet del futuro: l'Università di Pisa partner del progetto Planet

Il futuro del web passa da "Planet", un progetto europeo che ha l'obiettivo di costruire **reti su larga scala** in cui **dialogheranno** tra loro non solo i **pc**, ma anche altri oggetti di uso quotidiano comunicando attraverso sensori wireless.

Il progetto, che porta dritto all' **internet 3.0**, è stato presentato a Pisa l'1 e 2 febbraio e coinvolge **diverse eccellenze di ricerca** europea, accademica e industriale fra le quali il **centro "E. Piaggio" dell'Università di Pisa**.

L'ambizione del progetto è arrivare a **costruire reti su larga scala**, i cui **nodi** saranno anche **veicoli in grado di muoversi e di prendere decisioni localmente e in modo autonomo**, senza intervento umano, massimizzando velocità ed efficienza, e permettendo il **monitoraggio di interi territori e interventi in ambienti pericolosi** e inaccessibili per l'uomo.

*"Il monitoraggio e il controllo di grandi aree naturali - spiega il professor Gianluca Dini, che coordina il gruppo di ricerca pisano - così come la protezione di infrastrutture critiche richiede sempre più l'utilizzo e la cooperazione da parte di un elevato numero di sensori e attuatori distribuiti e integrati nell'ambiente, nonché di veicoli autonomi, aerei e terrestri, che permettono di sostituire operatori umani in ambienti remoti o pericolosi. Ma ancora manca un approccio ingegneristico e Planet ha proprio l'obiettivo di colmare questa lacuna, definendo e realizzando strumenti, metodi e soluzioni per la progettazione, la realizzazione e la manutenzione di questi sistemi complessi".*

All'interno di questo ampio progetto i **ricercatori** pisani si occupano principalmente del **tema della sicurezza informatica in questo tipo di sistema**.

**I risultati concreti** di Planet potranno essere **aeroporti automatizzati**, con aerei autonomi che si coordinano per l'atterraggio e il decollo e sensori che rivelano la presenza di intrusi nelle aree di manovra e sulla pista, oppure **macchine autonome che aggiustano i sensori guasti**. **I primi esperimenti** preliminari in questo senso si terranno **in Spagna a Giugno**. Ad Ottobre saranno invece svolti, sempre in Spagna, nella riserva di Donana, gli esperimenti ufficiali relativi al monitoraggio dell'inquinamento e della fauna.

Al progetto partecipano anche le Università di Duisburg-Essen, Siviglia ed Edimburgo, l'Andalusia Foundation for Aerospace Development, Selex Galileo, l'Agenzia Aereospaziale Tedesca, Boeing Research and Technology Spagna, il consiglio superiore spagnolo di investigazioni scientifiche e altri partner italiani e spagnoli.

A un primo esame il lavoro scientifico ha ottenuto già, spiega una nota dell'ateneo pisano, *"una valutazione eccellente da parte della Commissione europea"*.

*Fonti: AG Informa e Intoscana.it*

## INIZIATIVE ISTITUZIONALI

### Giovani consumatori nel web: da Unioncamere nazionale una guida per difendere la propria identità e comprare sicuro

**"Naviga senza rischi. Leggi questa guida!"** è la pubblicazione realizzata da **Unioncamere** (Unione nazionale delle Camere di Commercio) per **sensibilizzare i ragazzi**, i loro **insegnanti** e le **famiglie** sui **rischi** in cui possono incorrere quando scambiano informazioni attraverso Internet e quando acquistano on line beni e servizi.

L'iniziativa rientra nell'ambito del **Progetto "Giovani consumatori nel web"**, che nasce da un'azione congiunta del **Ministero dello Sviluppo**

**Economico** e di **Unioncamere** finalizzata a realizzare iniziative a vantaggio dei consumatori.

**Link alla guida.**

Per conoscere tutte le **informazioni sul progetto** **clicca qui**.

*Fonte: sito Unioncamere*

## La Toscana tenta la via dell'e-commerce per raggiungere il mercato cinese.

Con il portale [tasteit.cn](http://tasteit.cn), Toscana Promozione e Grosseto Export lanciano 44 prodotti alimentari toscani. 18 le imprese coinvolte nel progetto

In Cina gli utenti internet sono almeno 513 milioni e metà di essi gestisce un microblog muovendosi con straordinaria capacità tra i più moderni strumenti offerti dallo sviluppo "social" del web.

Questi numeri fanno del paese asiatico il mercato online più grande del pianeta a cui, da oggi, si rivolge il portale [tasteit.cn](http://tasteit.cn), il canale e-commerce creato da Grosseto Export su commissione di Toscana Promozione per promuovere le produzioni agroalimentari toscane.

Lanciato con una campagna di marketing sui principali social network del paese (Weibo e RenRen) [tasteit.cn](http://tasteit.cn) propone al mercato cinese i prodotti di 18 imprese toscane (7 del settore agro e 11 del settore vino) per un valore di circa 100 mila euro. Ma questo è solo un primo stock.

Gli utenti di [tasteit.cn](http://tasteit.cn) troveranno online pagine dedicate alle singole aziende aderenti al progetto, le offerte promozionali in atto e potranno scegliere tra 44 prodotti (dal vino all'olio, passando per la pasta, i cantuccini e i sughi pronti) che, una volta acquistati, gli verranno consegnati direttamente a casa. Possibilità anche di acquistare pacchetti regalo: l'equivalente del nostro cesto natalizio.

«Il piano quinquennale 2011-2015 varato il 14 marzo scorso dal Governo cinese – spiega Stefano Giovannelli, direttore di Toscana Promozione – ha tra i punti prioritari lo sviluppo dei consumi interni. Se oggi la Cina è uno dei principali paesi esportatori al mondo, nel futuro prossimo sarà anche uno dei maggiori importatori. Questo, assieme alla crescita della classe media e dei nuovi ricchi che abitano le grandi città del Paese, apre per i prodotti toscani, e italiani in genere, uno scenario pieno di importanti opportunità di business. Con il progetto [tasteit.cn](http://tasteit.cn) la nostra Agenzia sta cercando di giocare la carta del vantaggio: essere lì per primi e cogliere oggi le opportunità offerte dal grande sviluppo che il mercato online sta avendo in questi anni e, domani, quelle che nasceranno dalle politiche messe in atto dal Governo cinese».

«Il progetto [tasteit.cn](http://tasteit.cn) – dice Daniele Lombardelli, Presidente di Grosseto Export - è un esempio di come, tramite la collaborazione tra Toscana promozione ed il sistema delle imprese, si possano cogliere le opportunità di un nuovo grande mercato come quello cinese. L'e-commerce, in Cina, è un canale di vendita in grandissima crescita e con questo progetto vogliamo portare i prodotti dell'agroindustria toscana direttamente sulle tavole dei consumatori cinesi, per favorire una sempre maggiore conoscenza delle eccellenze della nostra produzione».

In attesa dei primi risultati del progetto, le prospettive sembrano essere positive, almeno stando ai dati sulle esportazioni dei prodotti agroalimentari toscani in Cina cresciute, nei primi nove mesi del 2011, del 10,8% rispetto allo stesso periodo del 2010. Anno, quest'ultimo, che si era chiuso già con un +11,8% sul 2009.

LINK: [www.tasteit.cn](http://www.tasteit.cn)

### Per maggiori informazioni:

Nicola Maggi

Ufficio Stampa Toscana Promozione

[n.maggi@toscanapromozione.it](mailto:n.maggi@toscanapromozione.it)

Cell. 366 6344821

Fonte: Toscana Promozione

## STUDI, RAPPORTI, ANALISI

### Indagine ContactLab: gli italiani sono iscritti ad almeno 8 newsletter

Gli utenti internet italiani sono 'email dipendenti', ne ricevono una media di 22 al giorno, per un totale di oltre 700 mila su 63 milioni di caselle attive, più di due a testa.

E' quanto emerge da una ricerca condotta da ContactLab e presentata in occasione della terza edizione del Forum della Comunicazione Digitale che si e' tenuto a Milano.

Dalla ricerca e' emerso inoltre che quegli stessi internauti sono iscritti, in media, a otto newsletter, che propongono per lo più offerte di viaggi e per il tempo libero, oltre che di lavoro e due volte su dieci ne condividono il contenuto con gli amici.

Realizzata su un campione statistico della popolazione europea con accesso a internet, rappresentativo di oltre 157 milioni di persone, la ricerca mette a confronto le abitudini e i comportamenti degli utenti di Francia, Spagna, Gran Bretagna, Germania e Italia nell'utilizzo della posta elettronica e delle newsletter.

Nei cinque Paesi il 25% degli utenti iscritti ad almeno una newsletter si dichiara propenso a condividerne il contenuto: c'è chi fa un semplice inoltro dell'email, o chi usa la funzionalità 'segnala a un amico', mentre un utente su dieci condivide sui social network.

A spostare l'ago della bilancia sulle condivisioni due fattori principali: un contenuto interessante e le offerte presenti in newsletter. Nel primo caso si riconosce più della metà (53%) degli utenti internet italiani, e non solo tra i giovanissimi: il 24% di questi utenti ha più di 55 anni.

Quando si tratta di sconti e promozioni, la condivisione e' donna: più di sei iscritti su dieci ad almeno una newsletter che hanno effettuato questa operazione e' di sesso femminile.

Fonte: Adn Kronos

## SICUREZZA INFORMATICA

### Privacy e sicurezza informatica. I consigli per un utilizzo più consapevole di Internet e dei social networking in particolare

La crescente diffusione delle reti "social" e la conseguente estensione della condivisione delle informazioni rendono indispensabile una attenta valutazione delle problematiche legate alla riservatezza dei dati sensibili e alla sicurezza delle informazioni.

In occasione del "Safer Internet Day 2012", giornata dedicata a livello mondiale, lo scorso 7 febbraio, al tema della sicurezza in Rete, Kaspersky Lab (azienda specializzata in sicurezza informatica) ha elaborato e pubblicato sul proprio sito una serie di consigli per un uso più consapevole di Internet, articolati sulla base dei diversi ambiti/strumenti di accesso.

Li riportiamo qui di seguito

## SITI DI SOCIAL NETWORKING

1. **Controllare le impostazioni:** controllare le impostazioni di privacy regolarmente per assicurarsi che non si stiano inavvertitamente condividendo troppe informazioni con troppi utenti.
2. **Controllare ciò che si pubblica:** gli utenti, soprattutto i più giovani, è importante che prestino molta attenzione a quello che pubblicano su Facebook ed evitare parolacce e frasi volgari.
3. **Eliminare i falsi amici:** prestare molta attenzione quando si accetta una nuova amicizia su Facebook. Non sempre l'account è realmente della persona che conosciamo.
4. **Non usare tutte le funzioni:** Facebook e gli altri siti di social networking hanno molte impostazioni che permettono di personalizzare la propria pagina. E' meglio stare attenti, però, soprattutto quando si posta la propria posizione attraverso applicazioni di geolocalizzazione.
5. **Prevenire gli attacchi malware:** anche i siti di social networking possono essere oggetto di attacco da parte di malware. Gli utenti ricevono l'invito a guardare un album fotografico e il gioco è fatto.

## MOBILE INTERNET

1. **Proteggere il proprio dispositivo:** è importante proteggere sempre tutti i dispositivi di accesso a Internet, anche da mobile.
2. **Funzioni di protezione avanzate:** la protezione della password è molto importante anche per gli smartphone. In alternativa è possibile anche utilizzare un software di crittografia per i dati sensibili.
3. **Solo applicazioni sicure:** le applicazioni possono contenere malware. Oltre all'utilizzo di un software anti virus adeguato, è fondamentale scaricare app solo da fonti sicure.
4. **Backup dei dati:** effettuare sempre un backup dei dati dello smartphone sul PC, per la massima sicurezza.
5. **Attenzione alle reti WLAN:** preferire sempre le connessioni UMTS alle WLAN.

## PC PUBBLICI (RETI PUBBLICHE)

1. **Controllare prima dell'uso:** controllare sempre il PC prima dell'utilizzo. Se è molto lento, con sistema operativo e software datati e non ha nessun software di protezione potete avere qualche dubbio se utilizzarlo o meno.
2. **Nessuna password:** non inserire mai nessun tipo di login e password in computer che non sono nostri.
3. **Attenzione alle chiavette USB:** anche le chiavette USB possono contenere virus e malware, per questo è importante avere installato un software per la prevenzione di malfare.
4. **Selezionare 'private mode':** quando si naviga sul web, selezionare la modalità private mode.
5. **Utilizzare connessioni Internet mobile:** chi ha la necessità di controllare le email anche quando è fuori casa, dovrebbe usare preferibilmente una connessione UMTS, molto più sicura.

## FOTO, VIDEO E MUSICA ONLINE

1. **Attenzione alla privacy:** assicurarsi sempre che i contenuti postati su siti come Facebook siano protetti da privacy e che solo amici e parenti abbiano accesso.
2. **Le foto possono finire in mani sbagliate:** tenete sempre presente che le foto possono essere sempre girate a sconosciuti da amici, quindi attenzione a quello che condividete.
3. **Diffidare degli eventi eccezionali:** se una celebrità muore è molto probabile che gli spammer entreranno in azione per approfittarne. Non aprite messaggi riferiti ad eventi eccezionali quindi.
4. **No alla pirateria:** non scaricare né utilizzare video o musica piratata.
5. **Proteggere i contenuti mobile:** assicurarsi sempre che i contenuti mobile siano protetti.

Fonte: Kaspersky Lab

## Sicurezza in internet: un software "cavallo di Troia" minaccia i conti on line

### L'allarme proviene dalla Guardia di Finanza

Migliaia di computer sarebbero già stati infettati in Italia da un **software** progettato per **aggirare le misure di sicurezza** implementate dagli **istituti di credito**.

Lo segnala il **Gat (Nucleo speciale frodi telematiche)** della **Guardia di Finanza**, che sta indagando sotto il coordinamento della procura di Roma. Il minuscolo programma informatico, rilevano le Fiamme Gialle, è in grado di **modificare le operazioni via internet di utenti di conti online**, andando a cambiare il beneficiario e l'importo della somma da bonificare.

I computer infetti - all'insaputa e contro la volontà dei legittimi utilizzatori - vengono gestiti da una sorta di sistema di controllo (cui sono inconsapevolmente collegati via internet) che riceve le segnalazioni delle operazioni andate a buon fine e che archivia comunque tutti i codici identificativi e le parole chiave necessari per accedere alle operazioni di movimento di denaro da eseguirsi con conti bancari o carte ricaricabili. Il 'cavallo di Troia' interverrebbe in una fase successiva a quella dell'autenticazione dell'utente con password o Pin, vanificando così l'efficacia delle procedure di sicurezza.

**Il fenomeno**, al momento, riguarda **titolari di conti e carte di BancoPosta**

Fonte: ANSA



## I SITI PER TUTTI

### Energia 2020.it: tutto sulle energie rinnovabili

E' recentemente stato lanciata "Energia2020.it", una guida **on line** sulle energie prodotte da fonti rinnovabili, come l'energia geotermica o geotermia (energia prodotta dal calore della terra), l'energia solare (energia del sole), energia eolica (energia del vento), energia da biomassa. Nel portale sono presenti i **dati sul consumo energetico italiano**, sulla **situazione delle energie rinnovabili** e sulla **determinazione del prezzo** della stessa.

Su Energia2020.it sono altresì riportati anche i **bandi di gara per accedere ai finanziamenti e gli incentivi** messi a disposizione dalle **regioni, dallo Stato Italiano e dall'Unione Europea** per produrre energia tramite pannelli solari (fotovoltaico), biomassa e per la riqualificazione energetica degli edifici. Nei bandi sono **specificati gli interventi finanziabili** e i soggetti che vi possono accedere (cittadini, imprese ed enti pubblici).

Presente anche una **sezione** dedicata alle **tipologie di finanziamenti**, sempre inerenti il risparmio energetico e le energie rinnovabili, che la banca Intesa Sanpaolo mette a disposizione con tassi di interesse vantaggiosi specifici per privati, aziende ed enti pubblici.

Per concludere viene presentata anche un nuovo profilo, l'**Esperto di Gestione dell'Energia (EGE)**, figura professionale recentemente introdotta dal D.Lgs. 115/08.

Su Energia2020.it sono presenti anche annunci promozionali di aziende che operano nel mercato delle energie rinnovabili.

**Maggiori informazioni** su [www.Energia2020.it](http://www.Energia2020.it)

**Link:** [Energie prodotte da fonti rinnovabili](#)

Fonte: [sitiuovi.it](http://sitiuovi.it)

## APPUNTAMENTI

### FACEBOOK, TWITTER, ANALYTICS: usarli bene, usarli davvero. Maratona sui social network per piccole e piccolissime imprese. Corso formativo. Camera di Commercio di Prato - 17 aprile.

La **Camera di Commercio di Prato**, con il supporto della **Rete Smarketing**, organizza una **giornata intensiva di formazione sull'uso "aziendale" dei principali social network**, sui segreti della scrittura sul web e sull'importanza di Analytics per capire se la propria comunicazione on line funziona davvero.

Si tratta di un **corso** dove prevale l'**attività pratica** ed è prevista la **sperimentazione diretta** di quanto imparato attraverso la creazione di un vero sito web.

Il percorso formativo sarà strutturato su **3 gruppi di lavoro**, sulla base delle esigenze e della preparazione di ciascun partecipante.

**Per maggiori informazioni** sui contenuti del corso, è possibile consultare il **programma** dettagliato della giornata.

La Camera di Commercio di Prato sosterrà la maggior parte delle spese relative al percorso formativo; è comunque prevista una **piccola quota a carico dei partecipanti, pari a € 50,00 + IVA**, da versare dopo aver ricevuto conferma in merito all'accettazione della domanda.

Per esigenze organizzative, è necessario registrarsi **entro mercoledì 4 aprile** compilando l'apposito modulo ([LINK](#) alla pagina) oppure inviando un fax contenente l'indicazione del nominativo, della qualifica e dell'ente/azienda/associazione di appartenenza al numero 0574 31440.

**I posti disponibili sono limitati.** Qualora le richieste dovessero essere superiori ai posti a disposizione, farà fede la data di registrazione/invio della domanda.

Fonte: [sito web Camera di Commercio di Prato](http://sito web Camera di Commercio di Prato)

### Corso "Tecniche per la determinazione del prezzo di vendita con l'utilizzo di excel". Camera di Commercio di Lucca. 9 marzo 2012)

In un contesto economico non brillante, sempre più frequentemente le imprese debbono operare attraverso interventi di ottimizzazione dei prezzi di vendita dei prodotti partendo da un'attenta analisi dei costi aziendali, ma di rado sono capaci di farlo in modo razionale e tale da non compromettere la competitività della struttura aziendale.

Il corso, organizzato dal Servizio Sviluppo Imprenditoriale della Camera di Commercio di Lucca, è rivolto agli imprenditori e ai responsabili amministrativi che avvertono l'esigenza di acquisire tecniche per la valutazione e gestione dei prezzi di vendita dei prodotti. Il taglio del corso è molto operativo, e prevede la realizzazione di simulazioni in aula con l'utilizzo del foglio elettronico

**Durata:** 1 giorno – tot 8 ore

**Orario:** 9.00 – 13.30; 14.30 – 18.00

**Destinatari:** Imprenditori, addetti dell'area amministrazione o finanza.

**Sede:** Camera Commercio - Lucca - Corte Campana, 10/12

**Data termine iscrizioni:** 4-03-2012

[Scheda di adesione on-line](#) (link)

[Programma](#) (link)

[Informazioni generali](#) (link)

### Corso "Dal piano di marketing tradizionale al piano di marketing on line". Camera di Commercio di Lucca. 4,11,18 aprile 2012

Il corso, organizzato dalla Camera di Commercio di Lucca (Servizio Sviluppo Imprenditoriale) comprende non solo la parte dedicata al piano di **marketing "tradizionale"** ma è completato da alcune riflessioni relative alla costruzione del **piano di web marketing**, opportunità che le aziende moderne non possono non cogliere.

L'impostazione metodologica e didattica della giornate di docenza/consulenza si propone di aiutare i partecipanti ad impostare la struttura generale

del piano di marketing fornendo gli strumenti operativi per la valutazione e l'analisi del proprio mercato.

La didattica adottata è quella del "*learning by doing*". L'apprendimento della metodologia di costruzione del piano di marketing avviene anche attraverso una serie di momenti esercitativi (work sessions), ognuno preceduto da una breve introduzione/spiegazione del docente/consulente, in cui i partecipanti sviluppano per linee principali, le sezioni fondamentali del piano di marketing, arrivando così a definire la strategia complessiva.

**Docente:** Dr. Enrico Fassone

**Durata:** 3 incontri pomeridiani con orario 14.30 – 18.30 e possibilità di approfondire aspetti manageriali della propria azienda con il docente fino alle ore 19.30

**Orario:** 14.30 – 18.30

**Destinatari:** il corso è rivolto in modo particolare a tutti coloro che si occupano di marketing e che vogliono ridefinire strategie e strumenti per valorizzare la funzione marketing e renderla competitiva.

**Sede:** Camera Commercio - Lucca - Corte Campana, 10/

**Data termine iscrizioni:** 30-03-2012

[Scheda di adesione on-line](#) (link)

[Programma](#)(link)

[Informazioni generali](#) (link)

## Ciclo di seminari sul Web Marketing turistico. Firenze 12,19,26 giugno e 3,10 luglio 2012

**Metropoli**, Azienda Speciale della **Camera di Commercio di Firenze** e membro di Enterprise Europe Network ha organizzato, **per le aziende del settore turismo**, un ciclo di **5 seminari sul web marketing**, come supporto alla definizione di nuove strategie per fronteggiare la crisi e per rispondere in maniera competitiva all'evolversi dei nuovi canali di acquisto web, presenti soprattutto nei mercati internazionali.

### Obiettivo del seminario e destinatari

I seminari sono progettati per gli operatori del settore che necessitano di acquisire e aggiornare le proprie competenze professionali con corsi formativi altamente specializzati e concentrati in 5 appuntamenti di poche ore.

### Contenuti e articolazione didattica

Ogni seminario prevederà due interventi: una testimonianza di realtà aziendali di successo sul tema del web marketing (*Expedia, Lastminute, Coupon sites, etc*) e un intervento da parte di docenti di marketing della facoltà di economia dell'Università degli Studi di Firenze. I temi che verranno affrontati saranno i seguenti: canali di acquisto dell'offerta ricettiva e comportamento d'acquisto on line; revenue management; visibilità del sito web proprietario: strategie SEM/SEO; distribuzione tramite coupon site, trade marketing delle strutture ricettive: come ottimizzare la distribuzione tramite i tour operator internazionali. Per maggiori informazioni prego scaricare il [programma dettagliato](#) (link) ed i relatori previsti per ciascun incontro.

**Modalità di partecipazione:** In caso di interesse, anticipare via fax (0055 2671404) la [scheda di interesse](#) entro l'1 marzo 2012.

Per ulteriori informazioni è possibile contattare la dott.ssa Federica Burrese, tel. 055 2671501, e-mail: federica.burrese@metropoliaziendaSpeciale.it o la dott.ssa Guya Berti, tel. 055 2671453, e-mail: [guya.beriti@metropoliaziendaSpeciale.it](mailto:guya.beriti@metropoliaziendaSpeciale.it).

## Internet of Things: Smart Present or Smart Future? Politecnico di Milano, Aula Rogers (ore 9.30) 7 marzo 2012

### Cosa si intende esattamente per Internet of Things (IoT)?

Quali sono gli **ambiti di applicazione** più interessanti?

Quali sono i **benefici** dell'IoT per Pubbliche Amministrazioni, imprese e cittadini?

L'IoT in Italia è già realtà?

Qual è la sua attuale diffusione? Quali sono i **progetti più interessanti** avviati in Italia e all'estero?

Qual è lo **stato dell'arte delle tecnologie abilitanti** l'IoT?

Come si declina il paradigma IoT negli ambiti Smart City, Smart Energy, Smart Home?

A queste ed altre domande si cercherà di dare **risposta** nel corso dell'**Evento di presentazione della Ricerca dell'Osservatorio Internet of Things**, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano in collaborazione con il Dipartimento di Elettronica e Informazione. Nel suo primo anno di attività, l'Osservatorio Internet of Things si è concentrato principalmente sui seguenti **obiettivi**:

- *identificare i principali ambiti di applicazione dell'Internet of Things;*
- *individuare i progetti più interessanti avviati in Italia e all'estero;*
- *stimare il livello di diffusione dei progetti di Internet of Things in Italia nei principali ambiti di applicazione;*
- *valutare i benefici del paradigma Internet of Things rispetto a realizzazioni "tradizionali";*
- *approfondire lo stato dell'arte delle tecnologie abilitanti l'Internet of Things;*
- *porre le basi per l'avvio di progetti pilota.*

La Ricerca affronta a 360° le applicazioni dell'Internet of Things e presenta **approfondimenti** verticali su **tre temi specifici**:

- **Smart City;**

- **Smart Energy & Gas Metering;**
- **Smart Home & Building.**

I risultati della Ricerca saranno discussi con i principali player di questo mercato (Telco, Service & Technology Provider, Utilities, etc.).

**La partecipazione è gratuita, [previa iscrizione cliccando qui](#).**

Tutti gli abbonati alla Sezione Premium del sito [Osservatori.net](#) potranno seguire il convegno in diretta web. Dopo il convegno potranno anche accedere alle riprese integrali dell'evento nella Web Tv.

I video sono facilmente consultabili on demand tramite rapide ricerche dei contenuti suddivisi per argomento e indicizzati per parole chiave.

Fonte: eGovnews

