



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 3 del 31/03/2012

BANDA LARGA E CONNESSIONE INTERNET

Internet veloce anche in montagna. A Prato ci sarà

Sul progetto "Internet liberi tutti" la Regione impegnerà 1 milione di euro mentre altri 600mila sono messi a disposizione dalla Provincia

Patto pilota in Toscana tra Regione e Provincia di Prato per la **connettività diffusa** e la **banda larga** anche nei **Comuni di collina e montagna**.

L'intesa è stata presentata di recente nella sede della Provincia di Prato dall'assessore regionale all'Agricoltura, Gianni Salvatori, e dall'assessore provinciale all'Innovazione, Alessio Beltrame. Sul **progetto**, che si chiama "**Internet liberi tutti**", la Regione impegna 1 milione di euro, altri 600 mila euro sono messi a disposizione dalla Provincia. In due enti a breve firmeranno un protocollo per portare la banda larga anche nelle zone che ne sono ancora sprovviste oppure sono raggiunte da connessioni adsl di portata non sufficiente.

Grazie alla posa di **nuova fibra ottica** in alcune aree e con il **supporto di tecnologia wireless** in altre sarà possibile **sviluppare la rete** laddove gli operatori commerciali non lo farebbero perché non abbastanza remunerativo.

Non solo: in questo modo sarà possibile **rendere maggiormente efficienti i collegamenti fra gli edifici pubblici**, attraverso una rete che consenta anzitutto di **connettere scuole, biblioteche, centri civici e così via**, e infine estendere capillarmente il servizio di accesso gratuito a internet, potenziando il progetto WiFi Liberi tutti.

Se è vero infatti che il territorio provinciale, anche grazie agli investimenti pubblici, può vantare il primato di una copertura Adsl al 99%, oggi il digital divide si misura nella capacità di avere connessioni performanti, quindi veloci.

L'**infrastruttura di rete** creata **sarà pubblica** e una volta completata sarà individuata, con le opportune modalità, il gestore. La posa della fibra ottica consentirà di completare la dorsale fino a Montepiano, attraversando la vallata da nord a sud, in aggiunta saranno coperte da banda larga tutte le zone, o frazioni, a oggi servite solo dall'adsl base, quali a esempio, Migliana in vallata o Bacchereto nel Mantalbano. Con i Comuni si procederà adesso all'individuazione puntuale delle zone privi di servizi.

Fonte: www.notiziediPrato.it

E-GOVERNMENT

Al Comune di Livorno l'anagrafe è on line

Grazie ad un accordo con il Ministero dell'Interno, l'Amministrazione comunale ha avviato la procedura che consente di stampare da casa i certificati anagrafici e di stato

Dal 7 febbraio scorso è operativo presso il **Comune di Livorno** il servizio telematico "**Anagrafe on-line**" che offre ai cittadini la possibilità di **potersi stampare direttamente "da casa", con il timbro digitale**, un'ampia gamma di **certificati anagrafici e di stato** senza doversi recare in Comune e far la fila allo sportello. Al servizio, **disponibile 24 ore su 24**, si può **accedere** utilizzando la **carta d'identità elettronica** o richiedendo il rilascio della **password di accesso** all'Urp del Comune o presso le Circoscrizioni.

Il nuovo servizio Anagrafe on line è stato messo a punto a seguito di un protocollo d'intesa stipulato dal Comune con il Ministero dell'Interno, tramite la locale Prefettura. La nuova procedura, che sarà **sperimentata per tre** anni per essere eventualmente potenziata sulla base dei risultati rilevati, si affianca a numerosi altri servizi on line che l'Amministrazione livornese ha attivato da tempo a favore di cittadini ed imprese.

L'**Anagrafe on line** si rivolge, nello specifico, sia ai **cittadini** che agli **Enti della Pubblica Amministrazione**.

I **cittadini** potranno farsi da casa i certificati di anagrafe e stato civile (certificati di estrazione di nascita, di matrimonio e di decesso, stato di famiglia, certificati di residenza, di esistenza in vita, di cittadinanza italiana e di emigrazione) per il proprio nucleo familiare.

Gli Enti potranno invece godere di un servizio attivo già da anni per enti pubblici e gestori di pubblici servizi, ma adesso potenziato e perfezionato anche alla luce della legge 183/2011 che obbliga tali soggetti ad accettare le autocertificazioni dei cittadini.

Il progetto prevede anche la **possibilità di consultazione e di estrazione** mediante stampa con timbro digitale dei certificati **anche per gli ordini professionali**, in primis i **notai** che sono fra i maggiori utenti degli sportelli anagrafici comunali.

Tutte le informazioni sono disponibili sul sito del Comune di Livorno, alla **pagina web "Sportello del cittadino"** (LINK)

Fonte: *Comune di Livorno - ADN Kronos*

Agenzia delle Entrate: on line il modello 730/12 editabile

L'**Agenzia delle Entrate** ha pubblicato sul suo sito il **modello 730/12 in formato editabile** insieme alle **istruzioni per la compilazione** riproponendo quindi per il secondo anno la versione elettronica introdotta lo scorso anno.

I soggetti obbligati alla presentazione, hanno così uno **strumento alternativo** alla versione cartacea potendo **compilare direttamente online il proprio modello 730** e presentarlo ad un CAF abilitato per la trasmissione telematica. Non è necessario installare alcun programma: occorre solo avere sul proprio PC un **software** in grado di **leggere i documenti in formato pdf**.

Da sottolineare come la versione editabile non esegue nessun controllo e verifiche in merito alle informazioni che il contribuente ha inserito.

Le scadenze: il **30 aprile al proprio sostituto d'imposta** oppure il **31 maggio al Centro di assistenza fiscale** o ad un **professionista abilitato**.

Ricordiamo che possono avvalersi della presentazione del mod. 730: pensionati e lavoratori dipendenti, soci di cooperative di produzione e lavoro, di servizi, agricole e di prima trasformazione dei prodotti agricoli e di piccola pesca, sacerdoti della Chiesa cattolica, giudici costituzionali, parlamentari nazionali e altri titolari di cariche pubbliche elettive, persone impegnate in lavori socialmente utili e lavoratori con contratto di lavoro a tempo determinato per un periodo inferiore all'anno.

FORMAZIONE E PROFESSIONI

Giornalisti e Web 2.0: a Firenze primi corsi della Toscana

La diffusione dell' **uso dei social media** sta cambiando il modo di comunicare della nostra società e di conseguenza il **modo di fare giornalismo**: secondo Audiweb sono oltre 35 milioni gli italiani, tra gli 11 e i 74 anni, che hanno avuto accesso a internet nel 2011, il 6,9% in più rispetto all'anno precedente, e il web viene utilizzato principalmente per la ricerca di informazioni e notizie (Censis). Stare sul web diventa quindi sempre più importante: sono **molti i giornalisti che si iscrivono a social media come Facebook o Twitter**, ma non a tutti è chiaro come questi strumenti possano essere usati da un punto di vista professionale.

Per questo l'**Ordine dei Giornalisti della Toscana**, in collaborazione con lo Studio Associato ObiettivoTre, ha deciso di organizzare **due corsi di formazione sul web 2.0**, per insegnare ai giornalisti, professionisti o pubblicitari, come usare al meglio internet nel proprio lavoro.

Il primo corso, che si terrà il **5 maggio 2012**, è dedicato all'**utilizzo del web nella gestione di un ufficio stampa: "Uffici stampa e web 2.0"** mostrerà gli strumenti e le tecniche da mettere in atto per realizzare una corretta informazione online. Verranno indicati esempi pratici di utilizzo di blog e social media e degli strumenti multimediali da utilizzare per veicolare informazioni sul web.

Fonte: Adnkronos

NOMI A DOMINIO

Sul Web ci sono 3,5 milioni di .eu

Il dominio gestito dall'Eurid continua a convincere, soprattutto a fini commerciali.

Secondo l'ultima relazione sull'andamento del dominio .eu rilasciata da **Eurid**, l'organizzazione che gestisce i nomi a dominio .eu di primo livello, **nel 2011 è stato rinnovato l'81,6% dei nomi a dominio .eu registrati**.

Nel quarto trimestre 2011 le **registrazioni .eu sono aumentate del 3,0%**, la maggiore crescita dal primo trimestre 2010, che somma i buoni andamenti in 23 dei 27 Stati membri dell'Ue e in particolare a Malta (8,6%), in Austria (7,2%) e in Francia (6,6%).

Il dominio .eu ha **chiuso il quarto trimestre 2011 con 3,51 milioni di nomi a dominio registrati**, in aumento del **5,5%** rispetto al 4° trimestre del 2010.

Dalla relazione Eurid sulle abitudini di utilizzo dei siti web si evince che a differenti domini di primo livello corrispondono profili differenti.

Fra i siti esaminati il 26,5% era utilizzato a fini commerciali, e in questo contesto **il dominio.eu, con il 31,4%**, presenta un **uso commerciale superiore alla media**.

[La relazione Eurid completa è scaricabile qui.](#)

Fonte: europaramento24.eu

SOCIAL NETWORKS

La comunicazione delle Amministrazioni pubbliche passa attraverso i Social networks

Idee e orientamenti per costruire una efficace strategia di comunicazione istituzionale su Facebook

Segnaliamo **un articolo sull'uso di Facebook da parte delle istituzioni**, scritto per il Dipartimento delle Politiche Comunitarie presso la Presidenza del consiglio dei ministri, da **Elizabeth Linder**, specialista in Politics & Government per Facebook in Europa, Medio Oriente e Africa. L'articolo, nel sottolineare come le amministrazioni pubbliche siano ormai entrate ovunque in una nuova era di comunicazioni e come il social web sia ormai parte integrante dell'impegno dei comunicatori istituzionali per la realizzazione di un dialogo più trasparente e più diretto con i cittadini, **offre ai soggetti pubblici interessanti spuntiper imparare a gestire i nuovi media:** come cominciare, come apprendere le nuove tecniche, come monitorare le proprie azioni per capire se si sta lavorando bene e nella direzione giusta.

In particolare l'articolo comprende un vero e proprio **decalogo per l'adozione di Facebook** nella strategia di comunicazione istituzionale. Un aiuto concreto e autorevole, da prendere sicuramente in considerazione per tenersi in linea con i tempi facendo i giusti passi.

L'articolo è scaricabile cliccando [QUI](#)

L'INPS apre su Facebook una pagina per il lavoro domestico

L'INPS ha attivato una nuova **pagina tematica su Facebook** dedicata al **lavoro domestico**: a portata di clic tutte le informazioni su contratti, contributi, scadenze e assunzioni.

Anche l'Istituto per la Previdenza conferma quindi la sua presenza sul più popolare fra i social network e lo fa con una pagina tematica con cui intende offrire informazioni e **supporto di tutti i lavoratori del settore** nonché degli stessi **datori di lavoro**.

Non si tratta della prima iniziativa dell'Istituto a favore dei **social network**, infatti sono **già attive le pagine** dedicate al tema dei **voucher di lavoro** e alla normativa che regola il **riscatto della laurea**.

La nuova pagina Facebook attivata dall'Inps si chiama "**Gestire il lavoro domestico**", offre la possibilità agli utenti di reperire notizie sulla normativa, sui contratti, i contributi, le scadenze e tutto ciò che riguarda le modalità di assunzione e come porre fine a un rapporto di lavoro. Per i cittadini rappresenta senza dubbio un'opportunità di gestire questo tipo di rapporti professionali nel migliore dei modi, esercitando tutte le tutele possibili sia nei confronti dei lavoratori sia dei datori di lavoro stessi. Si tratta di un servizio molto apprezzato dai contribuenti, che stando ai dati raccolti finora considerano molto utile la possibilità di trovare informazioni in modo veloce e intuitivo attraverso il noto social network.

La pagina Facebook dell'Inps è **accessibile da questo link** solo per chi ha un **profilo Facebook**: per poter usufruire del servizio è sufficiente quindi **essere iscritti al social network e cliccare su "Mi piace"**.

Fonte: pubblicaamministrazione.net

Pinterest: le opportunità per brand ed e-commerce

Nell'articolo di Casaleggio e Associati le caratteristiche e le opportunità del nuovo Social Network che a gennaio ha raggiunto ben 11 milioni di utenti, diventando uno fra i 150 website più visti al mondo

Nelle ultime settimane un **nuovo Social Network** basato sulla condivisione di immagini, sta attirando l'attenzione dei media degli addetti del settore. Si tratta di **Pinterest**, lanciato in beta nel marzo 2010, e che ad ottobre dello scorso anno ha ottenuto un finanziamento di 27 milioni di dollari ed una valutazione di mercato pari a 200 milioni di dollari.

L'**obiettivo di Pinterest** è di **connettere le persone con gli stessi interessi e trarne ispirazione**. Attraverso l'applicazione è possibile ottenere idee e spunti fotografici su come decorare la propria casa, su ricette originali, su come pianificare il proprio matrimonio o ancora scoprire tendenze della moda o libri interessanti.

Alcuni mesi fa il **tasso di crescita** degli utenti era paragonabile a quello di **Facebook di 5 anni fa**, infatti gli utenti sono passati da 1.2 milioni ad agosto ad oltre 4 milioni a novembre, che sono poi diventati **11 milioni a gennaio**. Ora Pinterest è tra i **150 website più visti al mondo**.

Ma che cosa consente di fare Pinterest?

In sostanza è un posto dove organizzare e condividere immagini interessanti. I contenuti sono organizzati in Boards personalizzabili dagli utenti (es: posti che vorrei visitare, libri che vale la pena leggere, il mio stile di vita, ecc.) e questo consente di creare luoghi di condivisione per micronicchie di interessi. E' possibile esprimere il proprio apprezzamento con un "like", un commento o un repin (concetto simile al retweet di Twitter) e di menzionare altri utenti tramite la dicitura @username. E' possibile anche condividere video, ma è una funzionalità praticamente non utilizzata. Un aspetto di grande rilevanza è il fatto che Pinterest **si sta connotando** come il **social network per le donne**, come nessuno è riuscito a fare in precedenza. Tra gli utenti USA si stima che l'82% sia di sesso femminile.

L'esplosione di **Pinterest ha recentemente contagiato anche il business**, in particolare a seguito della pubblicazione di una **ricerca di Shareaholic** che ha segnalato come questo sito di social photo sharing riesca ad essere una **fonte di traffico verso i website maggiori** di Youtube, Google Plus e LinkedIn.

Un'opportunità che deve essere valutata anche da chi fa e-commerce. Infatti se i motori di ricerca ed i comparatori veicolano il traffico che ha compiuto una "ricerca" su un determinato prodotto, **Pinterest si concentra** invece sullo step precedente, cioè **sulla "scoperta" di ciò che poi si vorrà acquistare**.

Un utente può scoprire sulla bacheca di una persona che segue un prodotto interessante o un utilizzo originale dello stesso, facendo nascere il desiderio di acquisto.

Quando si associa un **prezzo ad un'immagine**, il prezzo sarà subito visibile e l'immagine potrà apparire nella **sezione "Gift"** (con range di prezzi da 1\$ fino a oltre 500\$), **linkando lo store on line** in cui è possibile compiere l'acquisto.

Inoltre, a differenza di altri Social Media che utilizzano il "no-follow", come Facebook, **un link su Pinterest ha un valore anche in ottica Seo**.

Infatti iniziano ad essere numerosi gli operatori di e-commerce che utilizzano Pinterest, da Nordstrom a Gilt, da Zappos, fino a Pixmania. E diversi brand come Swatch o Adidas stanno iniziando a sperimentare la loro presenza senza ancora darne visibilità.

I settori che possono ottenere benefici dall'utilizzo di Pinterest sono numerosi: dalla moda alla cucina, dal turismo all'editoria, fino alla bellezza e all'arredamento.

La presenza su Pinterest può avvenire secondo **diverse modalità**:

1. Creare un **canale** in cui pubblicare le migliori immagini (come Etsy o anche General Electric) con l'obiettivo di creare "ispirazioni" e brand awareness su aspetti di nicchia
 2. Favorire la **ripubblicazione** dei propri contenuti tramite il pulsante pin (come Moleskine) che agisce secondo la stessa logica dei pulsanti di sharing di Facebook e Twitter
 3. Valorizzare l'**interpretazione** dei prodotti da parte dei clienti o il loro modo di utilizzarli, creando contest giudicati sui contenuti più apprezzati o con maggiori "repins" (come Land's End). Questo può valorizzare la creatività dei clienti e ispirare altri clienti a scoprire determinate occasioni d'uso
- Inoltre i brand possono creare dei **"Social Media focus group"** cioè ambienti per testare il lancio di alcuni prodotti e determinare il sentiment, prima del lancio ufficiale.

In sostanza Pinterest sta iniziando ad assumere il **ruolo di trend-setter** questo incoraggia i brand a ricercare maggiore creatività nella produzione e pubblicazione dei loro contenuti.

Per quanto riguarda il **nostro Paese**, la **diffusione è ancora piuttosto limitata**. Attualmente si stimano circa 100.000 visitatori al mese e

(sorprendentemente) con una **forte incidenza** degli uomini (78%), rispetto alle donne (22%).

Va sottolineato che Pinterest non è l'unico **social photo sharing** ma sono numerosi i siti analoghi ed i cloni come: Pinspire.com, Stylepin.com o Gentlemint.com. Tuttavia come spesso accade è chi riesce ad essere primo nella mente delle persone, e non necessariamente il migliore, ad ottenere il successo.

Fonte: *Casaleggio e Associati (articolo proposto su condizioni licenza Creative Commons)*

Social media: nel 2011 il 49,9% ne ha utilizzato almeno uno

Le aziende, anche quelle- piccole, strizzano l'occhio ai **social media**: nel 2011 ben il **49,9% delle aziende ha utilizzato almeno uno di questi canali** anche se non sempre vengono sfruttati al massimo delle loro potenzialità e **Facebook resta il 'più amato'**.

Sono questi, in sintesi i risultati della seconda edizione dell'**Osservatorio Iulm sull'uso dei social media da parte delle aziende italiane** presentati in occasione dell'incontro "*Il sociomediability delle aziende italiane: un anno dopo*" Promossa dall'Executive master in social media marketing e web communication, **l'indagine** ha preso in esame, a un anno di distanza dalla precedente edizione, lo stesso **panel di 720 aziende italiane** appartenenti a **6 diversi settori: moda, alimentare, hospitality, pubblica amministrazione, banche e arredamento**.

In particolare, dall'indagine emerge che la **percentuale delle aziende** che utilizza almeno un social media per attività di comunicazione e marketing è passato **dal 32,5% del 2010 al 49,9% del 2011**.

Tale **incremento** è soprattutto il **risultato del notevole aumento di penetrazione di tali canali nelle piccole aziende**: mentre nella precedente rilevazione solo il 9,8% delle stesse gestiva almeno un social media, nel 2011 tale percentuale è salita al 43%.

Fonte: AdnKronos

SOLUZIONI INTERNET

Creare una pagina web o un piccolo sito: 5 Webapp "ad hoc"

Spesso si ha **necessità di pubblicare una pagina Web in modo veloce** oppure un **piccolo sito**, ma si ha poco tempo a disposizione; o, magari, non si vuole passare ore a progettare grafica e struttura di un sito tradizionale.

In questo caso ci vengono in aiuto alcune **applicazioni Web gratuite** dedicate al **web publishing istantaneo**: una veloce registrazione e si è pronti per pubblicare i propri contenuti.

WEBAPP.HTML.it ne presenta cinque *_ Pen.io, ImCreator, Onepager, Lean Designs, Neosites _* in una breve ma completa e **pratica rassegna**

dove vengono illustrati, in maniera semplice e pratica, strumenti e funzionalità che queste piattaforme mettono gratuitamente a disposizione per

creare siti e pagine web in pochi semplici passi.

Per accedere alla rassegna [CLICCA QUI](#).

Fonte: webapp.html.it

ULTIME DALL'UE

Al via la Settimana europea delle competenze informatiche 2012. Giovani, c'è un lavoro che vi aspetta!

Virtualmente, tutti i giovani hanno familiarità con i giochi elettronici e con le reti sociali, e sono di casa nel digitale, non sono però "competenti nel digitale", nel senso che non hanno sufficienti cognizioni per usare il digitale in un contesto lavorativo.

Per tale motivo la **Commissione europea** ha lanciato la "**Settimana europea delle competenze informatiche 2012**" (**e-Skills 2012**) con l'obiettivo di mobilitare gli operatori interessati affinché informino i giovani su come acquisire le competenze informatiche e trovare lavoro nell'economia digitale. **Entro il 2015 il 90% dei posti di lavoro richiederà competenze informatiche**. Il numero di persone con competenze informatiche in Europa raggiungeva il 4,7 milioni nel 2007 e dovrebbe arrivare a 5,26 milioni nel 2015.

In termini più generali, i **posti di lavoro destinati a persone altamente qualificate dovrebbero aumentare di 16 milioni di unità tra adesso e il 2020**, mentre quelli che richiedono lavoratori a bassa qualifica si ridurranno di circa 12 milioni di unità. Questa enorme richiesta di maggiori competenze può essere soddisfatta soltanto acquisendo competenze informatiche. Si tratta di una condizione essenziale per essere occupabile, apprendere e trovare un lavoro online.

"I giovani devono cogliere gli aspetti professionali del mondo digitale - ha affermato Antonio Tajani, vicepresidente della Commissione europea responsabile per l'industria e l'imprenditoria - sono preoccupato poiché la scarsità di offerta di personale specializzato rallenta la crescita nei settori tecnologici, con il conseguente rischio di pregiudicare la capacità d'innovazione e la competitività globale dell'Europa. Questo aspetto acquista ancora maggiore importanza nell'attuale contesto economico. È essenziale accrescere la creatività in modo da incoraggiare l'imprenditorialità e la creazione di nuove aziende".

Durante la Settimana e-Skills si terranno in Europa diverse **attività ed eventi**.

Per saperne di più e ricevere informazioni aggiornate vi rinviamo al sito web: <http://eskills-week.ec.europa.eu>.

CONTESTO

Il settore delle ICT è in forte crescita: la capacità dell'industria europea di competere ed innovare è sempre più legata all'uso innovativo ed efficiente delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione ed è previsto che il fenomeno subirà un'accelerazione in futuro. Il settore delle ICT crea il 5% del PIL europeo con un valore di mercato annuo pari a 660 miliardi di EUR e contribuisce ulteriormente alla crescita della produttività grazie all'investimento delle ICT in tutti i settori.

Per questo le competenze informatiche sono importanti!

Nell'ultimo decennio i dirigenti aziendali hanno ribadito che l'Ue non produceva un numero sufficiente di persone competenti nelle ICT. **Il possesso di competenze informatiche rappresenta un vantaggio per i lavoratori altamente qualificati in un settore in rapida crescita** mentre i lavoratori a bassa qualifica o che hanno qualifiche inadeguate diventano sempre più vulnerabili. L'industria cerca i talenti migliori lì dove si trovano, attingendo ad una base di reclutamento su scala mondiale. In tale contesto **le competenze informatiche sono essenziali per la competitività e l'attrattiva dell' Europa** in quanto regione economica.

Fonte: *Comunicati Stampa della Commissione europea*

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

Il Comune di Firenze lancia il nuovo portale OpenData per favorire la comunicazione fra cittadini e PA attraverso la Rete

Il **Comune di Firenze** ha lanciato un'iniziativa volta a favorire la partecipazione dei cittadini alla politica locale, attraverso un rapporto con la Pubblica Amministrazione più diretto e trasparente: è nato infatti **"OpenData"**, un **nuovo portale** che mette a disposizione delle persone una **notevole quantità di dati relativi alla vita civica**, ma anche uno strumento importante per garantire la comunicazione e collaborazione **tra gli abitanti e l'amministrazione comunale**.

OpenData (opendata.comune.fi.it) offre oggi circa **180 pacchetti** di dati relativi ai **principali servizi cittadini** - musei, aree di parcheggio, mappe, grafici, modulistica per le scuole - con una straordinaria quantità di informazioni in Rete consultabili da tutti gli utenti in qualsiasi momento. Il

Comune ha anch'essigliato una **collaborazione con Wikitalia**, associazione finalizzata ad avvicinare la politica ai cittadini proprio attraverso Internet. «*Firenze vuole essere la capitale digitale d'Italia. Oggi parte una rivoluzione destinata a cambiare le regole del gioco dell'amministrazione in Italia e, in prospettiva, della politica. La trasparenza come occasione dunque per i servizi e per la politica.*»

Queste sono le parole con cui il progetto è stato presentato dal Sindaco di Firenze, Matteo Renzi, il quale ha annunciato anche la **prossima attivazione di nuove applicazioni** accessibili da smartphone, come **"Firenze Up!"**, pensata per rendere accessibili tutte le informazioni relative agli eventi cittadini, ma anche **"Decoro Urbano"** e **"openMunicipio"**.

Fonte: Pubblicaamministrazione.net

Nasce la rete digitale per gli utenti delle biblioteche toscane

Tutti gli **iscritti** alle oltre **200 biblioteche pubbliche** delle Reti documentarie di **Grosseto, Livorno, Pisa, Pistoia, Prato, Siena e dello SDAF Firenze** possono **accedere gratuitamente** a un nutrito pacchetto di **risorse digitali** altrimenti a pagamento, tramite **MediaLibraryOnLine**, la piattaforma web che la Regione Toscana già dal 2010 ha acquistato e messo a disposizione di tutte le Reti toscane.

È una vera e propria **biblioteca virtuale** con moltissime risorse digitali, **consultabili gratuitamente 24 ore su 24 direttamente sulla "scrivania"** di ogni cittadino, che può accedervi dal suo Pc da qualunque luogo oltre che, naturalmente, dalla biblioteca.

MediaLibraryOnLine è il **primo network italiano di biblioteche pubbliche per la gestione di contenuti digitali**. Ad oggi vi aderiscono circa 2.300 biblioteche in 10 regioni italiane.

Accedere alla piattaforma online è semplicissimo. Basta richiedere una **password personale** in una delle biblioteche alle quali si è iscritti. Dopo aver comunicato alla biblioteca il proprio indirizzo di posta, l'utente riceve subito una mail contenente le credenziali (nome utente e password), dopo di che si può collegare alla pagina <http://toscana.medialibrary.it> e qui, dopo aver selezionato come Ente la Regione Toscana, accedere immediatamente al servizio.

Gli utenti possono **leggere in formato edicola quotidiani o periodici**, **prendere in prestito e-book** dei principali editori italiani, **consultare banche dati ed enciclopedie**, **vedere filmati in streaming**, **ascoltare e scaricare audiolibri**, **seguire corsi e-learning**, e tanto altro. Tra le risorse disponibili tanta musica Free MP3 Download per un totale di circa 2 milioni e mezzo di brani musicali da scaricare e ascoltare grazie all'intero catalogo Sony che spazia tra i più diversi generi musicali: dal pop al rock, dalla musica classica a quella dance, dall'R&B al reggae, e tanto altro ancora.

Molti dei contenuti di **MLOL** sono **accessibili** su *e-reader, iPad, iPhone, tablet e smartphone Android*. Da questi dispositivi è possibile scaricare gli e-book. E inoltre l'intera **edicola internazionale "Press Display"**, con **1700 quotidiani online da tutto il mondo** nell'edizione del giorno e dei giorni precedenti. Un servizio questo pensato in modo particolare per i tanti cittadini stranieri presenti nella nostra regione, che si aggiunge agli altri servizi multiculturali offerti dalle biblioteche pubbliche anche grazie al supporto della Regione, e in particolare al Polo regionale di documentazione interculturale costituito presso la Biblioteca "A. Lazzarini" di Prato.

Fonte: *sito regione toscana*

"Giovani consumatori nel web", al via la campagna promossa da Unioncamere e dal Ministero dello Sviluppo Economico

E-mail sospette, virus, e falsi istituti di credito possono trarre in inganno anche gli utenti più esperti.

Unioncamere e il Ministero dello Sviluppo Economico corrono ai ripari con il **progetto "Giovani consumatori nel web"**, finalizzato a rendere i ragazzi - ma anche gli adulti - maggiormente consapevoli dei rischi in cui possono incorrere quando acquistano on line beni e servizi e quando scambiano informazioni attraverso la rete.

È partita infatti il 15 marzo scorso una **campagna informativa sul web**, con l'obiettivo di **raggiungere i navigatori attraverso i social network** e i motori di ricerca più popolari. Tra questi, non poteva mancare **Facebook**, dove è stata aperta la **fan page "Giovani consumatori nel web"** all'interno della quale sarà possibile trovare informazioni sul tema della sicurezza in Rete.

Sulla base dei contenuti che settimanalmente saranno inseriti all'interno della **fan page**, gli utenti potranno **condividere articoli, link, consigli e approfondimenti** per imparare a navigare e acquistare on line evitando frodi e proteggendo il computer da virus, spamming e phishing.

La campagna web, inoltre, permetterà agli utenti della rete di essere informati attraverso annunci testuali collocati nelle pagine di ricerca di Google e banner che saranno inseriti all'interno dei siti web più frequentati dai ragazzi.

Sempre grazie al progetto **"Giovani consumatori nel web"** è stata realizzata la **guida "Naviga senza rischi. Leggi questa guida!"** disponibile on line sui siti www.unioncamere.gov.it e www.sviluppoeconomico.gov.it. (vedi newsletter n. 2 febbraio).

È inoltre in corso **un'attività formativa ad hoc** per i docenti appartenenti ad istituti di istruzione secondaria selezionati attraverso un bando, con

l'obiettivo di metterli in condizione di informare le proprie classi sul tema.

Fonte: *Unioncamere nazionale*

STUDI, RAPPORTI, ANALISI

In Italia l'It barcolla ma non molla: -4,1% nel 2011 ma chi punta sul web cresce

Per l'Assinform siamo in evidente ritardo con il resto del mondo ma fra tante criticità e ostacoli l'economia digitale comincia a penetrare anche in Italia.

"Dopo le pesanti performance negative del 2009 e del 2010 **anche nel 2011 crisi e manovre restrittive hanno falciato il settore italiano dell'Ict** oltre le nostre più caute previsioni, calato complessivamente del 3,6% rispetto all'anno precedente, con la più forte contrazione, pari a -4,1%, registrata dall'Information Technology.

Oltre alla restrizione della spesa pubblica in Ict che perdura da anni, **sono state le imprese, che sostengono più del 90% della domanda d'informatica, a dover rivedere in modo consistente gli investimenti** in innovazione It, operando tagli dell'ordine mediamente del 4,3%. Per il 2012 le nostre previsioni indicano un settore Ict ancora in sofferenza, se pur in recupero con un trend intorno al -2,2%, che declinato per l'It dovrebbe segnare -2,3% e per le Tlc attestarsi a -2,1%.

Siamo tuttavia consapevoli che queste stime potrebbero essere rapidamente riviste al rialzo, qualora il Paese riuscisse a cogliere a pieno l'opportunità di attuare l'agenda digitale come agenda per la crescita, dotandosi di un piano operativo che **detti regole e tempi certi per realizzare lo switch off digitale della Pa** e valorizzare, anche con adeguate politiche fiscali, quei **segmenti emergenti di economia collegati all'uso del web e alla diffusione dei servizi e dei contenuti digitali**, che già oggi in Italia stanno creando nuovi modelli di business, start up innovative, nuove occasioni di lavoro".

Così ha esordito **Paolo Angelucci**, presidente di Assinform, nel presentare le anticipazioni del **Rapporto Assinform** sull'andamento del settore dell'Information & Communication Technology nel 2011, elaborato in collaborazione con NetConsulting.

Come dimostrano i dati di confronto internazionale, peggio dell'Italia ha fatto solo la Spagna con un mercato It sceso di -5,3% a fronte di una media Ue di +0,5%, con la Francia attestata a +0,3%, la Germania a +2,3% e l'Uk a -0,7%.

"Riteniamo - ha continuato Angelucci - che questo scenario, frutto di una lettura tradizionale dell'Ict, oggi rappresenti una parte, anche se ancora largamente maggioritaria, della realtà digitale.

Da questa lettura, infatti, rimangono fuori i cambiamenti che sta generando nel settore la convergenza sempre più stretta fra It e Tlc: **l'economia digitale**, basata sulla leggerezza dei budget e delle tecnologie propri del web e del cloud.

Perciò, quest'anno il Rapporto Assinform presenta un'assoluta novità analitica, proponendo la visione del **"Global Digital Market"**, basata su una riclassificazione, più ampia e diversificata, del settore Ict italiano, capace di osservare e misurare le nuove componenti della domanda digitale.

Da qui emerge non solo che vi sono **segmenti del mercato Ict in crescita**, ma anche che questa crescita è indirizzata soprattutto a cogliere le **grandi opportunità del web** tramite servizi offerti in modalità digitale, **grazie a tecnologie di tipo smart"**.

Fonte: *egovnews.it*

Sempre più smartphone e connessioni alla rete da dispositivi "mobile". Per privacy e truffe crescono i rischi...

Gli Italiani non rinunciano ad internet e, soprattutto, ai social network neanche quando sono fuori casa. Ma con i nuovi mezzi di comunicazione **aumentano anche i rischi di 'attacco'** e bisogna correre ai ripari ridefinendo il concetto di 'mobile security'.

Secondo l'**Osservatorio della School of Management del Politecnico di Milano**, il 35% degli italiani possiede uno smartphone (rispetto alla media europea del 10% e con un aumento del 12% rispetto al 2009) e il 53% degli utenti si connette alla rete da cellulare per accedere ai social network, il 49% per visualizzare mappe e itinerari, il 38% per ricercare informazioni di servizio come orari o prenotazioni.

Tra il 2009 ed il 2011, in media nel mondo sono stati creati 7 nuovi account Facebook al secondo.

Oggi il social network conta 800 milioni di utenti nel mondo, **tra cui oltre 21 milioni di utenti in Italia**, Paese che registra in percentuale più utilizzatori di social network al mondo, con l'86% dei navigatori stando al report Nielsen "State of the Media: The Social Media Report" del 2011.

Gli Italiani sono anche gli utenti che dedicano più tempo ad attività social online: quasi un terzo del tempo degli utenti internet italiani si qualifica come "social", mentre negli Stati Uniti questa percentuale scende ad un quarto.

Ma quali sono i rischi di essere connessi sempre e ovunque?

Secondo il Rapporto Clusit 2012 prodotto da Clusit e Security Summit sulla situazione della sicurezza Ict in Italia, a far paura sono non solo i malware, ma anche nuove tecniche di attacco come "man in the middle", social engineering, phishing e spam che sembrano prediligere le connessioni da dispositivi mobili.

Il 2011 è stato contrassegnato dall'apparire delle prime botnet interamente costituite da device mobili, così come ha visto un incremento (del 400% per la piattaforma android) di malware associati ai vari 'application store'. La parte del leone, secondo il rapporto, spetta al sistema operativo Android che, anche in ragione del suo successo e della apertura dell'Android Market, ha visto il moltiplicarsi di applicazioni malevole.

Riguardo al rispetto della privacy, le due maggiori piattaforme, **Android e Apple iPhone/iPad** sono state più volte **nell'occhio del ciclone per il tracciamento dei dati** degli utenti e la possibilità di geolocalizzazione che i moderni device offrono grazie all'uso concorrente di tecnologie 3G, Wifi e GPS.

In materia di cybercrime, il Rapporto Clusit 2012, rileva che quello organizzato trans-nazionale segna una crescita esponenziale (+250% nel 2011 rispetto al 2010), con un giro d'affari stimato di 7 miliardi di dollari, per realizzare il quale sono stati inflitti danni diretti ed indiretti stimati a livello globale oltre 350 miliardi di dollari, una somma maggiore del Pil della Danimarca.

Il social network in particolare è oggetto non solo di **malware, spam e frodi di ogni genere**, ma anche di **phishing, furto o sostituzione d'identità, furto dei dati sensibili, diffamazione e stalking**.

Ci sono poi le **minacce specifiche** legate all'**uso dei social media in ambito non privato - business, pubblica amministrazione, enti no profit** - i cui rischi comprendono soprattutto social engineering e spear phishing, perdita o furto di dati riservati e della proprietà intellettuale, ma anche danni all'immagine e alla reputazione.

Secondo la ricerca **"Social Network ed Azienda"** dell'Osservatorio Marketing Sda Bocconi, in Italia la **penetrazione dei Social Network in azienda** è circa del **40%**, ed è destinata ad aumentare, così come i rischi connessi.

La stessa ricerca evidenzia **alcuni dati preoccupanti**; per esempio **solo il 22% ha già una strategia "social"** (in chiave marketing), il **43%** degli utilizzatori **non monitora i Social Networks** ed il 34% li monitora manualmente, e **nessuno sembra preoccuparsi** delle implicazioni in termini di **security, compliance e risk management**.

Come proteggersi? Servono **informazione e formazione** a livello aziendale, con l'individuazione di procedure standard e strumenti organizzativi, oltre naturalmente alla necessità di implementare strumenti tecnologici efficaci di monitoraggio e controllo, considerando che firewall, proxy ed antivirus non sono più sufficienti.

Secondo il Rapporto, a causa della scarsa consapevolezza dei rischi connessi ai social network, le contromisure sono in ritardo rispetto all'adozione della tecnologia, generando un problema ingestibile sia per l'enorme numero di utenti e di transazioni, sia perché i metodi di autenticazione sono carenti e l'identità degli utenti non è accertabile, a fronte di tecniche di social engineering e messaggi ingannevoli contro le quali le difese tradizionali possono ben poco.

Fonte: *Adnkronos*

I toscani e l'ICT nel rapporto 2011 della Regione Toscana

Secondo il rapporto su "La società dell'innovazione e della conoscenza in Toscana" nel 2011 il 38% dei toscani non si è mai connesso alla Rete (media migliore di quella italiana)

Il 36% dei toscani fra i 16 e i 74 anni non ha mai usato un pc e il 38% non si è mai connesso a internet. In Italia le percentuali sono rispettivamente al 39 e al 41: questo colloca la **Toscana in una posizione di sostanziale vantaggio**.

Ma nel Nord Europa si scende al di sotto del 10%, fino alle "digitalizzate" Islanda e Norvegia dove soltanto il 4% dei cittadini in quella fascia di età non ha mai usato il computer e dove appena il 5% delle persone non si è mai connesso ad internet).

Il dato - uno fra i tanti contenuti nel **rapporto 2011**, edito da Regione Toscana, su "**La società dell'informazione e della conoscenza in Toscana**" - è servito alla vicepresidente della Giunta regionale, Stella Targetti, come base per la sua relazione alla IX assemblea di RTRT (Rete Telematica Toscana) svolta a Firenze presso l'auditorium "Cosimo Ridolfi".

Una situazione, quella sul **possesso dei computer da parte delle famiglie toscane**, giudicabile come media rispetto a quella italiana: se nel 2002 il computer era presente in 41,4 famiglie toscane su 100, nel 2010 siamo saliti a sfiorare il 58% (57,8) con un grado di penetrazione che è lo stesso rispetto all'Italia (57,6%) mentre l'accesso a internet, in Toscana, riguarda il 53,6% delle famiglie con un dato stavolta superiore, sia pure di poco, rispetto a quello nazionale (52,4%).

Osservando i **motivi per cui il 47% delle famiglie toscane non possiede l'accesso a internet**, la **Toscana** (erano possibili più risposte) risponde con un 39,8% che fa riferimento a "mancanza di capacità" e con un 28% che non ritiene utile il web. Seguono altri motivi (l'accesso a internet da altro luogo con il 12,9%, il costo del collegamento con il 7,4%, la disabilità fisica con il 2,8%, i motivi di privacy con il 2,4%, altri motivi con un 16,9%) fino a chi (1,9%) giudica "pericolosi" i contenuti di internet.

Il rapporto si occupa anche degli **strumenti tecnologici posseduti dalle imprese**:

il **93,6% delle imprese toscane** con almeno 10 addetti ha **accesso a internet per lo più con connessione a banda larga** (in pratica il dato nazionale è identico).

Il **41,9%** degli addetti alle stesse imprese toscane **usa il pc almeno una volta a settimana** (il dato nazionale è lievemente superiore: 42,6%).

La maggior parte delle connessioni (**82%**) avviene, nelle imprese, su **banda larga fissa**: il dato nazionale è all'84,1%.

Il raffronto europeo sul livello di connessione delle imprese attraverso banda larga (fissa e/o mobile) posiziona l'Italia nella parte bassa della classifica (fanno peggio di noi anche Austria e Grecia, ma fanno meglio, Cipro e Portogallo. Le posizioni alte - con il 93, il 95 e il 96% di copertura con banda larga - in Francia, Spagna, Islanda e Finlandia).

Il 63,6% delle imprese toscane (sempre con almeno 10 addetti) **ha un sito web** (in Italia ci si ferma al 61,3%). Meglio di noi fanno le aziende umbre, lombarde, friulane, emiliano-romagnole, venete e quelle del Trentino-Alto Adige (dove si arriva al 74,6% di diffusione dei siti web). Peggio fanno le aziende delle altre 13 regioni italiane. In ambito europeo il dato migliore (89%), sempre come possesso di un sito aziendale web, spetta alle aziende svedesi.

Fonte: *Comunicato stampa di Mauro Banchini, Toscana Notizie*

APPUNTAMENTI

Lucca, Camera di Commercio: Seminario "I contratti on line come strumenti di marketing". 4 aprile 2012

Il seminario, organizzato dalla **Camera di Commercio** con la collaborazione di **Toscana Promozione**, intende offrire una panoramica generale delle **problematiche contrattuali connesse alle attività di vendita on line** sia nei rapporti **fra imprese** (Business to Business) sia nei rapporti **fra imprese e consumatori** (Business to Consumer).

In particolare il seminario intende illustrare ed esaminare natura, funzioni, contenuto, effetti e ripercussioni di avvertenze, messaggi e contratti pubblicati e/o conclusi on line alla luce della normativa di riferimento e della prassi corrente.

L'evento costituisce uno dei momenti informativi del percorso seminariale 2012, "**Gli appuntamenti con l'eBusiness**", che si propone di offrire una panoramica degli aspetti legali del commercio elettronico e delle attività su Internet illustrando, per quanto possibile, la globalità delle problematiche attinenti.

Il seminario è rivolto a Imprenditori, Responsabili aree commerciale, marketing e comunicazione, Responsabili del sito web aziendale e del commercio elettronico, Web agencies, Consulenti e professionisti della net-economy.

La partecipazione è gratuita

Relatore: Avv. Andrea Gattamorta (Studio LGA - Bologna)

Orario: 9:30 - 13:00

Sede: Camera di Commercio di Lucca - Corte della Campana, 10 Sala dell'Oro

Data termine iscrizioni: 3-04-2012

[Scheda di adesione on line](#)

[Programma](#)

[Brochure](#)

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

Il corso, organizzato dall'**Ufficio Sviluppo Imprenditoriale della Camera di Commercio**, 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 giornata 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

La quota di iscrizione è di €170,00 (IVA inclusa) e comprende materiale didattico, di cancelleria e l'attestato di partecipazione.

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](#)

[Programma](#)

[Informazioni generali](#)

Lucca, Camera di Commercio: Seminario "Gli aspetti legali del commercio elettronico". 29 marzo 2012

Il **commercio elettronico** rappresenta un settore significativo ed in **continuo aumento** dell'intero volume d'affari del commercio globale. Le potenzialità offerte all'impresa sono straordinarie, come altrettanto rilevanti sono i rischi connessi ad una scarsa conoscenza delle dinamiche e delle regole che stanno alla base del fenomeno. Avviare o sviluppare un'attività di e-commerce oggi significa appropriarsi di nuovi strumenti concettuali e di strategie di vendita in grado di interpretare i cambiamenti e di proporre nuovi modelli relazionali.

Scopo del seminario, organizzato dalla Camera di Commercio di Lucca in collaborazione con Toscana Promozione, è **fornire agli operatori i necessari riferimenti tecnico - legali per impostare correttamente l'attività di vendita on line** e per creare un rapporto di fiducia tra merchant e cliente, rendendo positive le esperienze d'acquisto dei consumatori e migliorare il canale di vendita del commercio elettronico.

L'evento costituisce uno dei momenti informativi del percorso seminariale 2012, "Gli appuntamenti con l'eBusiness", che si propone di offrire una panoramica dei principali aspetti (legali e di marketing) legati alle attività su Internet illustrando, per quanto possibile, la globalità delle problematiche attinenti.

Il seminario è rivolto a *Imprenditori, Responsabili aree commerciale, marketing e comunicazione, Responsabili del sito web aziendale e del commercio elettronico, Web agencies, Consulenti e professionisti della net-economy*

La partecipazione è gratuita.

Termine iscrizioni: è possibile inviare la propria adesione -on lineo via fax tramite la scheda presente in brochure -fino al giorno precedente a quello del seminario. Per chi non avesse l'opportunità di iscriversi è ammesso l'ingresso in aula previa registrazione al desk della segreteria

Orario: 9:30 – 13:30

Relatore: Avv. Andrea Gattamorta – Studio LGA - Bologna

Sede: Camera di Commercio – Corte Campana, 10 Sala dell'Oro

Programma, scheda di adesione on line e brochure sono disponibili alla pagina web: http://www.lu.camcom.it/corsi_dettaglio.php?id=436

BIBLIOTECA

Social Media Roi

Il saggio di Vincenzo Cosenza aiuta a misurare l'impatto dei social media in azienda e stampa

Internet e' il piu' misurabile dei media, ma non ci sono metriche condivise e il **pericolo** e' quello di **usare in modo scorretto gli indicatori** come il tanto mitizzato **Roi** (*Return On Investment*).

A fare un po' di chiarezza ci pensa il **saggio "Social Media Roi"** di Vincenzo Cosenza che cerca di **mettere a fuoco alcuni punti fermi**, dalla diffusione dei social media in Italia fino agli strumenti per strutturare programmi di attivita' coerenti con le strategie delle aziende, stampa compresa.

Titolo: *Social Media ROI - Ed. Apogeo on line*

