



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 5 del 30/05/2012

E-COMMERCE

E-commerce: Adiconsum-Netcomm siglano accordo per dare impulso alle vendite on line

Adiconsum e Netcomm, il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano hanno siglato un **protocollo di collaborazione** volto alla **risoluzione delle problematiche nel commercio elettronico**, "per una sempre maggiore trasparenza del mercato, un rafforzamento delle tutele del consumatore e una maggiore concorrenza corretta tra le aziende".

L'accordo prevede **attività di formazione e orientamento** sia degli operatori del settore che dei consumatori; **monitoraggio del settore** al fine di prevenire e risolvere le problematiche che impattano sulla tutela dei consumatori; la **costituzione di un tavolo tecnico** con l'obiettivo di realizzare entro 45 giorni le linee guida per le best practice di e-commerce; l'attivazione di **specifiche modalità di gestione di eventuali reclami**.

Uno specifico tavolo tecnico sarà costituito al fine di realizzare le **linee guida per chi fa commercio elettronico**.

La **firma dell'accordo** intende dare avvio ad un percorso che **agevolerà lo sviluppo del commercio elettronico italiano**, per molti aspetti ancora indietro rispetto agli altri Paesi europei, puntando ad avvicinare sempre di più a questo canale di acquisto i consumatori ancora diffidenti, facendo loro scoprire ed apprezzare i vantaggi che offre.

Fonti: Adiconsum e Netcomm

I dati dell'e-Commerce forum: gli italiani sempre più dediti ai cyber-acquisti. Ma le imprese devono investire di più nell'e-commerce

Gli italiani sono sempre più dediti agli acquisti on line, nonostante il periodo di crisi. Anzi, proprio in questo contesto di difficoltà economica, l'**e-commerce** si impone di prepotenza come **leva strategica** di sviluppo per il business in Italia.

E' questo quanto emerso nel corso della **settima edizione di e-Commerce Forum**, uno dei più autorevoli appuntamenti annuali dedicati al commercio elettronico promosso da **Netcomm** (Consorzio del commercio elettronico italiano) e rivolto agli operatori del settore e a tutte le aziende interessate a conoscere il mondo delle vendite on line. L'evento, che ha raccolto circa 4000 presenze fra aziende, professionisti e giornalisti, è stata l'occasione per **presentare i il panorama nazionale delle vendite on line**.

I dati illustrati nel corso del Forum rivelano che **nel 2011** il settore ha registrato una **crescita dell'11%** rispetto al 2010, superando il tetto degli 8 miliardi di euro di fatturato, e **nel primo trimestre del 2012** le vendite sono cresciute del **19%**.

Per la fine del 2012 il valore totale delle vendite dovrebbe **superare i 9,5 miliardi (+18%)**.

Un boom, quello dei "cyber-acquisti" cui sta senz'altro contribuendo in maniera massiccia l'**aumento degli smartphone e dei tablet** che consente ai consumatori di essere collegati in rete sempre ed in ogni luogo, quindi di interagire facilmente con il web e acquistare scegliendo da un'ampia gamma di prodotti, comodamente ed in sicurezza.

Stando ai dati rilevati e alle previsioni, il commercio elettronico rappresenta quindi un mercato che offre nuove, ottime opportunità di business per le aziende ed investire sull'apertura di un canale di vendita on line può davvero rivelarsi una valida strategia per affrontare la crisi.

Nonostante le comprovate opportunità dell'e-commerce, purtroppo i dati ci dicono anche che questa **sceita è spesso sottovalutata dalle imprese**: secondo Netcomm (Eurostat) **nel 2011** è stato **appena il 4% delle Pmi** che hanno saputo sfruttare questo modello di vendita e **solo l'11% ha effettuato acquisti online (B2B)**, che invece rappresenta un buon metodo per contenere le spese.

Una situazione di netto ritardo rispetto a quella degli altri Paesi europei.

Qual'è allora la strada per **trasformare questo ritardo in una opportunità** per le imprese italiane?

Da parte sua **Netcomm** ha presentato al governo una **proposta "strategica"** che comprende:

Per le imprese: la richiesta della **detassazione parziale dei ricavi** delle PMI da e-commerce internazionale B2C e la **concentrazione dei fondi europei** su priorità coerenti con gli obiettivi dell'Agenda Digitale. Inoltre la **creazione di distretti virtuali digitali e consorzi di imprese** attraverso opportuni strumenti finanziari, **sviluppo di piattaforme WIKI** delle imprese del Made in Italy per consentire alle piccole aziende italiane di consorziarsi e la creazione di un Istituto per il Commercio Estero Digitale".

Per le famiglie: l'**IVA ridotta al 10% per e-commerce di prodotti B2C**, lo sviluppo di **sistemi di pagamento elettronici di home banking basati su SEPA** come MyBank e **certificazioni di qualità** in grado di far acquistare fiducia nella sicurezza degli acquisti on line.

Fonti: Repubblica.it, Informa.Agenda, i-dome.com, sito NetComm

Convegno NetComm Forum sull' e-commerce italiano: panorama attuale, previsioni, strategie da adottare. On line tutti gli atti

Tutti gli atti del Convegno del NetComm E-commerce Forum 2012 (vedi articolo precedente) sono scaricabili dal sito dedicato all'evento.

Interessantissimi ai fini della comprensione dell'attuale panorama nazionale delle vendite on line, del trend futuro e della definizione delle strategie aziendali da adottare, **gli interventi on line sono i seguenti:**

- *L'evoluzione del contesto digitale*

- *L'eCommerce B2c in Italia: le prospettive per il 2012*

- *eCommerce Consumer Behaviour 2012* (analisi su comportamento/attitudini dei consumatori per il 2012)

- *L'engagement: quello che gli e-commerce ancora non fanno* (analisi di eCircle su come dovrebbero comunicare i siti di e-commerce)
- *L'evoluzione del social, del mobile e dei nuovi modelli di Business*
- *Le barriere all'Ecommerce. Soluzioni per portare un vero "mercato" sulla rete*
- *Pmi: I canali digitali per ricominciare a crescere*

Gli atti sono scaricabili alla **pagina web:** <http://www.ecommerceforum.it/ecommerceforum2012/interventi/sala-plenaria/>

fonte: NetComm -sito ecommerceforum

Social shopping: vantaggi e svantaggi dei gruppi di acquisto on line

Sul web quello degli **acquisti "di gruppo"** di bene e servizi è uno dei **trend del momento**, e questograzie principalmente al forte risparmio che sono in grado di procurare (spesso si raggiungono no sconti del 50% sui prezzi di listino).

Ma come in tutte le "mode", **non sono tutte rose e fiori** e c'è il rischio chele aspettative di chi si rivolge a questo sistema d'acquisto non trovino poi una piena soddisfazione.

Segnaliamo sull'argomento un interessante **approfondimento a cura dell'Unione Nazionale Consumatori** che, oltre ad illustrare il sistema dei gruppi d'acquisto, ne evidenzia **vantaggi e svantaggi** e offre **utili consigli** a chi fosse interessato a questo strumento.

Link: http://www.consumatori.it/index.php?option=com_content&task=view&id=3970&Itemid=149

Fonte: www.consumatori.it

E-GOVERNMENT

Incentivi INAIL 2011: invio telematico delle istanze

Il 26, 27 e 28 giugno 2012 le imprese che hanno già salvato la propria domanda a valere sul **bando INAIL 2011** tramite procedura informatica, dovranno **inviare telematicamente le istanze** tramite codice identificativo già assegnato, secondo un **calendario** differenziato per Regione e pubblicato sul sito dell'INAIL.

Entro il 15 giugno **sul sito dell'INAIL** saranno altresì pubblicate **le regole e le informazioni tecniche** per l'invio online delle domande.

Fonte: Banca Dati Thesaurus

FINANZIAMENTI/AGEVOLAZIONI

Regione Toscana: finanziamenti per l'innovazione nei settori turismo, commercio e servizi connessi. Gli investimenti in ICT fra i costi finanziati.

E' aperto fino al 30 giugno prossimo il **bando della Regione Toscana "Innovazione settore terziario e servizi - Turismo, commercio e servizi connessi"** della linea di intervento 1.3e del Por Creo Fesr 2007-2013.

La misura prevede la concessione di un **contributo a fondo perduto** alle **imprese turistiche e commerciali** per **interventi di innovazione di processo e di organizzazione** al fine di rafforzare la loro competitività sui mercati nazionali ed internazionali.

Fra i costi ammissibili, oltre alle spese di personale, dei fabbricati e dei terreni per la durata in cui sono utilizzati per il progetto, i costi dell'innovazione contrattuale, delle competenze tecniche e dei brevetti, delle spese generali supplementari e generali legate al progetto, sono contemplati anche i **costi degli strumenti ed attrezzature ICT (Tecnologie dell'Informazione e Comunicazione), incluso i software**.

Gli investimenti usufruiscono di un **contributo nella misura** massima del:

- **25%** della spesa ritenuta ammissibile, per le medie imprese,

- **35%** per le Piccole e Micro imprese

La misura è applicata sull' **intero territorio regionale** e la richiesta delle agevolazioni può avvenire **fino al 30 giugno 2012**.

Il testo del bando (contenente anche le modalità di partecipazione) è disponibile all' indirizzo web:

http://www.regione.toscana.it/regione/multimedia/RT/documents/2012/03/29/a750d97125130b05122cf2692c923478_decreto10982012allegatobando.pdf.

Fonte: Regione Toscana

7° Programma Quadro di Ricerca - Tecnologie dell'Informazione e Comunicazione (TIC): pubblicato invito a presentare proposte

Sulla **Gazzetta ufficiale dell'Unione europea**, serie C 141, di giovedì 17 Maggio 2012 è stato pubblicato l'Invito a presentare proposte **"Tecnologie dell'informazione e della comunicazione" (TIC) - FP7-2012-ICT-FI**, nell'ambito del Programma di lavoro **"Cooperazione"** del **7° Programma quadro** di ricerca, sviluppo tecnologico e dimostrazione.

La priorità tematica TIC si propone di **migliorare la competitività dell'industria europea** e consentire all'Europa di dominare e plasmare gli sviluppi futuri delle TIC in modo da soddisfare la domanda della società e dell'economia. Le TIC costituiscono il nucleo della società basata sulla conoscenza ed al tempo stesso aprono numerose opportunità per i cittadini e per i consumatori europei.

Il **"challenge"** (o sfida) su cui è focalizzato il presente invito è **'sicurezza e stabilità delle infrastrutture di rete e di servizi'**; il meccanismo di finanziamento a sostegno dell'azione è del tipo IP (progetti di collaborazione), ovvero **progetti di ricerca condotti da consorzi** composti da partecipanti provenienti da diversi Paesi.

Il budget destinato all'invito in questione è pari a **80 000 000 €**.

La presentazione delle proposte deve essere fatta mediante il servizio di **trasmissione elettronica** della Commissione europea **EPSS** entro il **24 Ottobre 2012 h 17:00** (ora locale di Bruxelles).

Si prevede che la convenzione di sovvenzione per le proposte preselezionate, avranno inizio a partire da Gennaio 2013

Per maggiori informazioni, è possibile contattare l'**APRE - Agenzia per la promozione delle ricerca europea** (NCP)

Referenti: Daniela Mercurio mercurio@apre.it; Iacopo De Angelis deangelis@apre.it

Tel. (0039) 06 489 399 93.

Fonte: Pore

NORMATIVA

All'esame del Consiglio dei Ministri due decreti su Tlc e Privacy

I due provvedimenti recepiscono la normativa comunitaria su servizi e diritti degli utenti

Promuovere investimenti efficienti e innovazione nelle reti Tlc e tutelare maggiormente la privacy dei consumatori contro le violazioni dei dati personali e lo «spam». È in sintesi l'**obiettivo dei due decreti legislativi** esaminati lo scorso 25 maggio dal Consiglio dei ministri su proposta del ministro per gli Affari europei e del ministro dello Sviluppo economico.

Il primo decreto legislativo, come spiega un comunicato del Consiglio dei ministri, **recepisce la normativa europea in materia di reti e servizi di comunicazione elettronica**; di accesso alle reti di comunicazione elettronica e risorse correlate e all'interconnessione delle medesime; di autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione.

Le modifiche sono finalizzate, in via generale, a rafforzare il mercato interno dei 27 Paesi dell'Unione e, in particolare, a: *promuovere investimenti efficienti e innovazione nelle infrastrutture di comunicazione elettronica*, ad esempio introducendo la possibilità per le autorità nazionali di regolamentazione, di imporre la condivisione di facilities di comunicazione elettronica o di «proprietà», tra cui edifici ed accesso ad essi, cablaggio negli edifici, antenne, torri, cavidotti, nonché elementi di rete non attivi.

Altro obiettivo è promuovere una **gestione efficiente flessibile e coordinata dello spettro radio**, anche attraverso l'introduzione dei principi di neutralità tecnologica e dei servizi. Si punta inoltre a rafforzare i diritti degli utenti in materia di trasparenza nei rapporti con i fornitori di servizi, con riferimento, ad esempio alle condizioni definite nei contratti stipulati con essi.

Il decreto **mira inoltre ad equiparare il più possibile i diritti dei disabili in materia di comunicazioni elettroniche**, ad esempio garantendo un accesso equivalente a quello degli altri utenti anche ai servizi pubblici di telefonia vocale tramite la connessione di rete; **rafforzare le prescrizioni in tema di sicurezza e riservatezza delle comunicazioni**, nonché di protezione dei dati personali, anche attraverso l'introduzione di norme volte a garantire l'informativa verso le Autorità di regolamentazione e, se del caso, verso gli utenti, sulle violazioni della rete perpetrate, ai danni dei dati personali.

L'altro decreto legislativo recepisce la normativa comunitaria in tema di **servizio universale e diritti degli utenti in materia di reti** e di servizi di comunicazione elettronica; **trattamento dei dati personali** e a tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche; cooperazione tra le autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa a tutela dei consumatori.

Le modifiche approvate dal Consiglio dei Ministri in questo caso sono finalizzate, in via generale, a rafforzare il mercato interno dei 27 Paesi dell'Unione attraverso una maggiore tutela dei consumatori contro le violazioni dei dati personali e lo «spam», dando attuazione alle strategie comunitarie in materia di comunicazioni elettroniche «EU2020», per una crescita inclusiva, intelligente e sostenibile dell'Europa e, in particolare, alla cosiddetta «Agenda Digitale Europea».

Le modifiche introdotte sono quindi finalizzate a **tutelare maggiormente i consumatori contro le violazioni dei dati personali e lo «spam»**.

In particolare, la **privacy dei cittadini europei diventa una delle priorità** delle nuove regole del settore. Nomi, indirizzi e-mail e informazioni bancarie dei clienti dei fornitori di servizi di telecomunicazioni e di accesso ad Internet devono essere tenuti al sicuro.

Inoltre, le norme in materia di privacy e protezione dei dati vengono rafforzate, ad esempio in merito all'**uso dei «cookies»** (stringhe di testo che memorizzano le scelte di navigazione degli utenti) e **sistemi simili**.

Fonti: AdnKronos e LaStampa.it

Per la prima volta il Garante oscura un sito di e-commerce.

Con il Provvedimento n. 23349 del 6 marzo 2012, **l'Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato ha cautelatamente disposto l'oscuramento di un sito di e-commerce**.

La decisione è stata presa in quanto la società Private Outlet S.r.l. è stata ritenuta **diffondere attraverso il proprio sito Internet (ed altri 5 collegati), dei contenuti idonei ad indurre in errore i consumatori** in merito alla disponibilità dei prodotti offerti in vendita. (riconducibili a marchi famosi nel settore della moda e dell'estetica che venivano offerti anche al 70% di sconto).

La merce ordinata dai clienti però non veniva consegnata o comunque veniva consegnata merce diversa da quella richiesta ed a seguito dei reclami dei clienti, veniva fornito via email un codice di spedizione del corriere Bartolini che poi risultava inesistente.

Gli importi, corrisposti in anticipo dai clienti, non sono mai stati restituiti e nessun altro riscontro ricevevano i reclami.

A seguito di numerose segnalazioni, **l'AGCM ha istruito nei confronti della società un procedimento istruttorio** ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'articolo 6 del Regolamento sulle istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette, al fine di verificare l'esistenza di tali pratiche in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera b), 24 e 25 lettera d), del Codice del Consumo.

In sintesi **venivano contestate le seguenti pratiche commerciali scorrette**:

a) Diffusione attraverso il proprio sito web di informazioni non rispondenti al vero in merito alla disponibilità ed ai tempi di consegna dei prodotti offerti in vendita; (artt. 20 e 21 del Codice del Consumo).

b) Mancata restituzione delle somme versate a titolo di corrispettivo per gli acquisti effettuati nei siti facenti capo alla società ed ostacoli opposti all'esercizio di diritti contrattuali da parte dei consumatori (artt. 20, 24 e 25, lettera, d), del Codice del Consumo).

c) Mancata prestazione della garanzia legale di conformità rispetto ai beni venduti (artt. 20, 24 e 25, lettera d), del Codice del Consumo).

L'Autorità ha emanato un provvedimento cautelare di sospensione di ogni attività diretta a diffondere i contenuti del sito Internet, in concreto eseguito dai provider attraverso l'inibizione all'accesso ai corrispondenti siti web da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete internet provenienti dal territorio italiano (ai sensi degli art. 14, comma 3, art. 15, comma 2 e art.16, comma 3, del Decreto Legislativo 70/2003 sul Commercio elettronico).

La società ha proposto **ricorso contro il provvedimento cautelare** sollevando eccezioni di carattere formale nonché sostenendo una temporanea difficoltà operativa, esprimendo l'intenzione di far fronte ai propri impegni.

A seguito di tali osservazioni l'AGCM ha disposto la sospensione del blocco del sito, imponendo comunque a Private Outlet di pubblicare sulla propria home page un avviso cautelativo in attesa che tutte le disposizioni dell'Authority vengano rispettate.

Fonte: Newsletter On line Newsletter curata dallo Studio Legale Lucchini Gattamorta e Associati, consulente legale dell' Agenzia [Toscana Promozione](#).

PORTALI UE

Portale mobilità europea nel turismo

Il portale è il frutto di un progetto europeo finanziato dalla Regione Toscana

Nell'ambito di un **progetto europeo** finanziato dalla **Regione Toscana**, l'Ebt ha realizzato il **portale europeo per la mobilità dei giovani nel turismo**: www.jobsintourism.it

Il portale è stato realizzato a seguito di un **progetto di mobilità europea** finanziato dalla **Regione Toscana** sull'Asse V Transnazionalità ed è **finalizzato ad orientare i giovani a lavorare nel turismo in Italia ed all'estero**.

Attraverso il portale www.jobsintourism.it è possibile ricercare non solo opportunità di lavoro ma anche di **formazione** e comprendere le principali professioni del turismo e loro caratteristiche.

SOCIAL NETWORKS

A Milano sono 30mila le imprese presenti sui Social Networks

Emerge da una ricerca della Camera di Commercio che rileva anche un aumento del 15,8% delle vendite on line

Oltre 8 imprese milanesi di servizi su 10 hanno una qualche "traccia" ufficiale in rete (dalla home-page, alla presenza su newsletter o mailing list). Le imprese che hanno un proprio sito internet variano dal 57,5% dell'editoria, al 55,8% della moda e design, al 55,5% di alimentari e bevande, per passare al 44% di hotel e ristoranti e scendere al 20,8% per il commercio al dettaglio.

Rimane una forte **differenza tra imprese grandi e piccole**. E così se l'85% di hotel e ristoranti grandi ha un sito, la percentuale scende al 9,7% per le micro-imprese del settore.

L'e-commerce viene invece utilizzato dal 20% delle imprese di servizi, una percentuale che sale al 46,4% nel settore editoriale, al 26,6% tra hotel e ristoranti. Il 15% è la percentuale di imprese che utilizza almeno un social media (oltre al sito internet) come canale di comunicazione aziendale, circa 30 mila.

Tra le imprese che scelgono di aprire un canale "social", **Facebook trionfa con l'80% delle adesioni**. Segue **YouTube (38,8%)** appaiato a **LinkedIn**, che precede **Twitter (26,8%)** e **Flickr (18,5%)**.

Ancora una volta emergono **differenze tra i vari settori**: i social network sono utilizzati da un quarto di imprese del settore editoriale (26,7%: oltre a Facebook si usa molto Twitter e blog), dal 23,6% del settore alimentare, dal 22,5% di hotel e ristoranti (soprattutto LinkedIn), dal 20% del settore moda (YouTube molto diffuso).

Questi dati emergono da una **ricerca della Camera di Commercio di Milano**, realizzata in collaborazione con l'Università IULM e Fondazione Università IULM, **sulla Social Media Ability delle aziende di Milano**.

L'indagine è stata condotta su un **campione di oltre 700 imprese milanesi dei settori dei servizi**.

Secondo l'**elaborazione** condotta sempre dalla Camera di Commercio di Milano **sui dati del registro imprese al I trimestre 2011 e 2012**, sono

753 le imprese del commercio elettronico attive a Milano nel 2012, in crescita del 15,8% dal 2011.

Con questi dati, **Milano è prima per vendita online** con il 44% del totale regionale e l'8,4% del totale nazionale.

"I percorsi per l'innovazione in azienda – ha dichiarato Giorgio Rapari, consigliere della Camera di Commercio di Milano – sono oggi il principale fattore sul quale puntare per rendere il nostro sistema imprenditoriale competitivo sui mercati. Il superamento del divario digitale nella quotidianità della vita aziendale rappresenta per le piccole e micro imprese oltre che una necessità, un'opportunità concreta di crescita. Per questo l'impegno congiunto istituzioni-mondo associativo è importante per favorire un sempre più rapido avvicinamento tra piccola impresa e tecnologia".

Tra i lombardi che hanno utilizzato internet, il **30,1% ha ordinato o comprato merci e servizi on line**. Sono quasi un milione e ottocento mila, rappresentando il 20,1% del totale italiano che ha fatto acquisti su internet. Comprano soprattutto biglietti ferroviari e aerei (41,6%) e vacanze (39,6%).

Fonte: Camera di Commercio di Milano - Ufficio Stampa

ULTIME DALL'UE

Agenda digitale: dalla Commissione europea una nuova strategia per internet più sicura e migliori contenuti internet per bambini e adolescenti

L'attenzione alle esigenze dei bambini può tradursi in un'ampia gamma di opportunità commerciali

La Commissione ha elaborato un piano destinato a **garantire ai bambini le competenze e gli strumenti** necessari per **beneficiare pienamente e in modo sicuro del mondo digitale**.

Internet non è stato concepito per i bambini, ma oggi il **75% di essi ne fa uso**, di cui un terzo attraverso la telefonia mobile.

La nuova strategia consiste nello **sviluppo di un mercato dei contenuti in linea interattivi, creativi ed educativi**, in collaborazione fra la Commissione europea e gli Stati membri, gli operatori di telefonia mobile, i fabbricanti di telefoni cellulari e i prestatori di servizi di socializzazione in rete.

L'esistenza di **approcci nazionali diversi** fa sì che i bambini di varie parti dell'UE godano di livelli diversi di emancipazione e protezione in linea. Ciò crea anche delle **difficoltà per le imprese** che desiderano commercializzare in tutta l'UE servizi e prodotti adatti all'infanzia.

Per superare questi ostacoli, la **Commissione** ha delineato una **serie di misure** che saranno attuate con modalità diverse, fra cui l'autoregolamentazione settoriale, e che dovrebbero portare a **soluzioni flessibili e rapide in questo campo**. La cooperazione in forum quali la coalizione per fare di internet un posto migliore e più sicuro per i bambini e i ragazzi (cfr. IP/11/1485) sarà vitale per il buon esito di questo processo.

Le azioni si articolano intorno a **quattro obiettivi principali**:

- **stimolare la produzione di contenuti online** creativi ed educativi per i bambini e sviluppare piattaforme per l'accesso a contenuti appropriati in funzione dell'età;

- **incrementare le azioni di sensibilizzazione e formazione sulla sicurezza online** in tutte le scuole dell'UE per sviluppare la dimestichezza e la responsabilità online dei bambini nei confronti del mondo digitale e mediatico;
- **creare un ambiente sicuro per i bambini** in cui i genitori e i bambini stessi dispongano degli strumenti necessari per garantire la loro protezione online – quali meccanismi di facile impiego per denunciare i contenuti e i comportamenti nocivi online, impostazioni predefinite di privacy in funzione dell'età e controlli parentali facili da usare;
- **lottare contro i materiali relativi ad abusi sessuali** di bambini online promuovendo la ricerca su soluzioni tecniche innovative e il loro impiego nelle indagini svolte dalle forze dell'ordine.

L'attenzione alle esigenze dei bambini può tradursi in un'ampia gamma di opportunità commerciali. Il mercato globale dei contenuti digitali dovrebbe raggiungere 113miliardi dieuro quest'anno. Il mercato delle applicazioni mobili vale 5miliardi dieuro e si prevede che raggiunga 27miliardi entro il 2015, spinto in particolare dai giochi e dagli oltre cinque miliardi di dispositivi mobili esistenti nel mondo. In seguito all'ampia diffusione di tablet, smartphone e laptop, molto usati dai bambini, si è creato un sostanziale mercato potenziale per i contenuti online interattivi, creativi ed educativi per i bambini e gli adolescenti.

Le misure delineate nella strategia si basano su azioni dell'UE in corso in questo settore. Ad esempio, meccanismi semplici e intuitivi per consentire a minori, genitori e insegnanti di denunciare contenuti e comportamenti dannosi online integreranno le 116linee telefoniche dirette e la futura rete di piattaforme nazionali di segnalazione di reati informatici del Centro europeo per la lotta alla criminalità informatica.

Link utili

Testo integrale della comunicazione:

http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/policy/index_en.htm

Internet più sicuro:

http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/index_en.htm

Riassunto per i cittadini: http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/policy/index_en.htm

Sito internet dell'Agenda digitale

FONTE: RapidPress (Comunicati stampa Commissione europea)

Come ridurre il costo dell'espansione di internet ad alta velocità? L a Commissione avvia una consultazione pubblica

Con una **consultazione pubblica aperta a imprese e cittadini** la Commissione europea chiede di contribuire con opinioni al tema del **contenimento dei costi** di investimento per la creazione della **rete europea ad alta velocità**.

Una riduzione che dovrà ripercuotersi positivamente anche sui prezzi al consumo.

La **consultazione si inserisce** nel quadro degli obiettivi dell'**Agenda digitale**, ossia la copertura broadband totale per il 2013 e velocità di connessione garantita di almeno 30 Mbps, mantenendo come obiettivo per il 2020 l'accesso a 100 Mbps per almeno la metà delle utenze domestiche.

L'80% dei costi di investimento nel broadband sono correlati a operazioni infrastrutturali di tipo civile e sono alti perché caratterizzati dal coordinamento di progetti ingegneristici, da uno scarso riuso delle infrastrutture esistenti e da scarsa cooperazione fra i soggetti agenti.

A titolo di esempio la Commissione evidenzia che le utility (energia, acqua) o le società di trasporto hanno ognuna una propria politica di creazione infrastrutturale che non condividono, per esempio, con le compagnie telefoniche. Come risultato, si scava e si costruisce in modo non coordinato. La ricerca di un percorso comune potrebbe aiutare e la consultazione intende andare in questa direzione.

La **Consultazione, in particolare, intende raccogliere opinioni su:**

- ostacoli agli investimenti nell'infrastruttura per la banda larga,
- modi per migliorare l'uso delle infrastrutture esistenti,
- coordinamento degli interventi di ingegneria civile,
- misure volte a rafforzare il coordinamento tra le autorità competenti e a semplificare le procedure di autorizzazione,
- "predisposizione" dei nuovi edifici alle infrastrutture per internet ad alta velocità.

La **consultazione pubblica è aperta fino al 20 luglio 2012**. I risultati potranno contribuire a ridurre i costi degli investimenti e, in ultima analisi, il prezzo di rivendita finale della banda larga.

[Si partecipa alla consultazione cliccando qui.](#)

WEB MARKETING

Le 7 regole di una efficace newsletter per cellulari

Un italiano su 3 possiede uno smartphone e lo usa sempre di più per interagire con il web. Come interfacciarsi con questi utenti. Dall'esperta Edi Florian, ecco le 7 regole d'oro per una buona Newsletter

Secondo una ricerca di Our Mobile Planet circa il **24% degli italiani possiede uno smartphone**, di questi il **73% lo utilizza per la navigazione web** e il **70% per leggere le e-mail**.

Questo sta a significare che le campagne di e-mail marketing potrebbero riprendere vigore, se le **newsletter venissero ottimizzate per il mobile**.

Specialmente in Italia, dove l'e-mail marketing ha ancora un certo valore, infatti il **40% degli italiani dichiara di acquistare in seguito alla ricezione di un'e-mail attraente**.

Edi Florian, esperta di comunicazione e marketing per le aziende, indica **7 regole "d'oro"** di una **newsletter ottimale per tutti i dispositivi "mobile"**. Ne consigliamo la lettura nell'**articolo** pubblicato su **Mercato Globale**.

Per leggere **CLICCA QUI**

FONTE: Mercato Globale

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

Lucca è collegata: acceso il sistema WI FI nelle piazze principali

Rispettando i tempi annunciati qualche settimana fa, è stato **inaugurato** in piazza S. Michele il **sistema Wi-Fi del Comune di Lucca** realizzato da **GESAM Energia**.

Il sistema permette la **connessione gratuita senza fili a internet**. Camminando per le strade del **Centro Storico di Lucca** si può già quindi accedere alla rete internet per **ricerche turistiche, inviare mail o effettuare addirittura videoconferenze**.

La **copertura Wi-Fi**, ad oggi, riguarda **tutto lo spazio urbano compreso tra Piazza San Michele, Piazza Napoleone e Piazza del Giglio**. Lungo questo percorso, è possibile spostarsi senza interruzione di connettività. E' prevista a breve la copertura di altre zone della città, in particolare il percorso turistico tra Piazzale Verdi, Via San Paolino, Piazza San Michele, Via Roma, Via Fillungo, sino a Piazza Anfiteatro; inoltre, Piazza S. Martino, Biblioteca Agorà e tratti di mura urbane.

Il progetto complessivamente prevede che l'intera struttura di rete utilizzi, quale dorsale principale, la fibra ottica di proprietà comunale esistente (in questo momento a servizio solo delle videocamere di sorveglianza), integrandola con tratti di rete wireless (anch'essi, in parte già esistenti ed afferenti sempre all'impianto di videosorveglianza) con velocità fino a 42 Mbps.

Specifici hot spot (punti di accesso per gli utenti) **sono stati installati nelle piazze, nelle strade e in genere nei luoghi di maggior interesse per la città**, realizzando una "rete mesh", per la connessione wireless "diffusa" e "nomadica".

Gli utenti potranno **richiedere un account** utilizzando i loro dispositivi preferiti (computer portatili, smartphone, tablet, etc.) e **ricevere immediatamente i dati di login** attraverso un **messaggio SMS**, connettendosi gratuitamente a internet in pochi semplici passi.

Fonte: www.painforma.it

"Social Net Skills" per under 20: l'aiuto arriva dai coetanei, in rete

Nasce da un progetto regionale il primo servizio pubblico gratuito di sostegno psicologico basato su un social network rivolto ad adolescenti e gestito da adolescenti

Sta per partire in Toscana **'Social Net Skills'**, un **progetto interregionale**, di cui la **Toscana è capofila**, finanziato dal **Ministero della Salute** con 400.000 euro.

Per la Toscana sono coinvolte la Asl 12 di Viareggio (che avrà 110.000 euro) e la Società della Salute di Firenze (140.000 euro). Le altre regioni che partecipano al progetto sono Lombardia, Liguria, Puglia, Lazio, Umbria, Emilia-Romagna, Campania.

La parte più nuova e consistente del progetto, della durata di due anni, prevede l'attivazione di **percorsi di auto-aiuto e counseling online sui social network: Facebook, Google, Twitter, YouTube, Pinterest**.

A chattare, o comunicare on line con i coetanei, **saranno ragazzi sotto i 20 anni**, con il **supporto di psicologi, medici ed esperti di comunicazione**. Opportunamente formati con appositi corsi, i ragazzi potranno comunicare con i coetanei attraverso **una chat line, un servizio email, un telefono amico via Skype, oltre ad una pagina web** continuamente aggiornata su spazi, eventi, feste, promozioni.

Sul **profilo di social network** verranno affrontate **le problematiche adolescenziali più comuni**, relative a **sessualità, alimentazione, affettività, consumo di sostanze**.

Le altre Regioni che hanno aderito al progetto, coordinate dalla Toscana, realizzeranno analoghi percorsi formativi e successivamente **ogni Regione aprirà e gestirà un proprio servizio online**.

Un'altra parte del progetto prevede interventi di promozione del benessere nei contesti scolastici e del divertimento notturno: interventi specifici in scuole e discoteche sui fattori di rischio modificabili, come tabagismo, alcol, droghe. Destinatari dell'azione preventiva, i giovani, i gestori dei locali, le scuole, gli insegnanti, operatori e amministratori.

Dall'indagine Edit svolta tra i giovani toscani nel dicembre 2011, è emerso che **il 23,6% dei guidatori abituali ha dichiarato che nei 12 mesi precedenti l'indagine ha guidato almeno una volta dopo aver bevuto troppo, mentre il 12,5% ha riferito di aver assunto sostanze psicotrope illegali prima di mettersi alla guida**. Il 72,2% dei maschi e il 69,6% delle femmine ha consumato alcol nei 30 giorni precedenti l'intervista. **Quasi la metà del campione totale (maschi 53,8%, femmine 48,7%) riferisce di aver avuto almeno un episodio di ubriacatura nell'ultimo anno**. Questa percentuale cresce in modo preoccupante con il crescere dell'età, passando dal 23,6% dei 14enni al 67,4% di coloro che hanno 19 anni o più.

Fonte: Toscana Notizie

Promozione delle aziende fiorentine produttrici di vino e olio: i portali Florencewine.it e Florenceoliveoil.it diventano portali e-commerce

I portali, voluti dalla CCIAA di Firenze, sono curati dalle Aziende speciali Promofirenze, Tinnova e Laboratorio Chimico Merceologico

Firenze, capitale dell'arte e della cultura, ha da sempre legato il suo nome anche a prodotti di eccellenza come il vino e l'olio extravergine di oliva.

www.florencewine.it e www.florenceoliveoil.it sono due portali voluti dalla **Camera di Commercio di Firenze**, curati nei contenuti da Promofirenze e, nelle parti tecnologiche e scientifiche, dalle altre due Aziende Speciali Tinnova e Laboratorio Chimico Merceologico, per portare nel mondo tutta la produzione vitivinicola e olivicola delle colline fiorentine.

Nati come strumento di informazione per i turisti enogastronomici, con la storia della produzione tipica fiorentina, le notizie generali sul territorio, le mappe stradali e le schede di presentazione delle aziende, corredate dall'elenco dei vini e degli olii di queste prodotte, i portali si sono arricchiti di un **altro importante strumento: il commercio elettronico**.

Il servizio di e-commerce permette a chiunque, da qualsiasi parte del mondo, di **scegliere e acquistare in modo semplice e chiaro l'eccellenza della produzione fiorentina**.

Per le aziende il servizio è totalmente gratuito, fattore che ha favorito l'adesione al portale anche delle piccole cantine con una produzione limitata, che comunque rappresentano un'importante realtà produttiva del territorio.

Ma Florencewine e Florenceoliveoil **non sono solo questo**. Sono i portali che rappresentano Firenze all'interno della rete internazionale **Great Wine Capitals** (www.greatwinecapitals.com), a cui aderiscono le principali città del mondo a forte vocazione vitivinicola: Bordeaux, Bilbao-Rioja,

Città del Capo, Christchurch, Mainz, Porto, San Francisco-Napa Valley, Mendoza, oltre appunto a Firenze. Una rete di nove grandi città nata con lo scopo di promuovere scambi culturali, sia di ordine tecnologico che accademico, sviluppare programmi di cooperazione, promuovere il turismo del vino a livello mondiale, oltre a incentivare dinamiche economiche e di marketing del territorio.

Le aziende agricole situate nella provincia di Firenze possono **richiedere on line gratuitamente** l'iscrizione ai due portali e l'attivazione del servizio di e-commerce; tramite [questo collegamento è possibile trovare tutte le informazioni sulla procedura di registrazione](#).

La gestione dei dati sui portali è completamente autonoma.

Per assistenza tecnica: help@florencewine.it

Per informazioni sulle procedure di registrazione e sulle attività di promozione: info@florencewine.it

Pistoia: navigazione in rete gratuita e sicura dai luoghi pubblici della città'

Pistoia WIFI è il **progetto** promosso dalla **Provincia di Pistoia** per **accedere gratuitamente a Internet da luoghi pubblici**, piazze, biblioteche e spazi di ritrovo, con l'adesione ad una rete metropolitana federata.

Lunedì 21 maggio 2012 sono state ufficialmente **inaugurate le nuove postazioni di accesso alla rete** (hot spot) in Piazza della Sala, Piazza del Duomo, Piazza dello Spirito Santo, Piazza Gavinana, Piazzetta della Sapienza, via Cavour e presso l'Auditorium di Via Panconi.

Da questi luoghi è ora possibile **accedere in forma gratuita e protetta alla rete**, attraverso portatili, smartphone e tablet. A questi a breve andranno ad aggiungersi anche il giardino di Monteoliveto e Piazza San Francesco.

Insieme all' **abbattimento del digital divide**, con il progetto "Banda Larga nelle aree rurali della Toscana", anno 2008 -2010, la Provincia di Pistoia, insieme a quelle di Firenze e Prato, ha lavorato anche alla realizzazione di una **rete metropolitana**, che aderisce ad una più estesa federazione nazionale delle reti WiFi, la "Freelitalia WiFi".

Grazie all'installazione di apposite apparecchiature (50 su tutto il territorio provinciale) è possibile accedere gratuitamente e in tutta sicurezza a internet direttamente dai luoghi pubblici e privati delle realtà "federate", navigando con le stesse credenziali di **accesso anche nelle reti WiFi delle altre amministrazioni che hanno aderito alla rete nazionale**, ancora in evoluzione.

Adesso anche a Pistoia (il servizio è già attivo nella maggior parte dei comuni del territorio provinciale) tutti coloro che si servono della rete per esigenze di studio, lavoro o svago, compresi i turisti che fanno visita al territorio, possono accedere gratuitamente al servizio dalle aree wifi.

Accedere al sistema è semplice: basta registrarsi, ottenere una *username* e una *password* e navigare con il proprio smartphone o computer portatile dotato di connettività wifi. **Per registrarsi**, conoscere i punti di accesso e il vademecum dell'utenza, **tutte le informazioni sono su** <http://www.provincia.pistoia.it/wi-fi/index.html>.

Fonte: Siti Comune e Provincia di Pistoia

SITI, PORTALI, SOLUZIONI INTERNET PER LE IMPRESE

Tech Economy

Tech Economy è un **portale di informazione** dedicato a manager interessati a **comprendere l'impatto delle tecnologie dei social network e del Web 2.0 nello sviluppo del business delle imprese**.

Tech Economy nasce per rispondere alla sempre maggiore domanda di informazione e conoscenza sulle **tematiche connesse agli impatti dell'IT** nel business e sulle modalità di gestione del cambiamento da parte dei manager nei **diversi settori**: *produzione, vendite, marketing, organizzazione e risorse umane, finance e sistemi informativi*.

Il **target** di riferimento è costituito dai **middle e top manager di aziende pubbliche e private** – grandi aziende e PMI – e da **tutti coloro che sono interessati** a comprendere quali siano le conseguenze dell'innovazione tecnologica sulla società e sull'economia.

Non solo CIO quindi, ma anche quei manager che pur non occupandosi direttamente di IT possono trarre vantaggio nella loro attività quotidiana dallo sviluppo delle nuove tecnologie e che sono chiamati a gestire il cambiamento e l'innovazione in azienda.

Link: [Tech Economy](#)

Fonte: SITINUOVI.IT

Da Repubblica e IBM una guida on line gratuita per investire in innovazione e nuove tecnologie

E' da alcuni giorni on line «**La forza dell'hi-tech - Pmi e innovazione**», una guida di "Affari & Finanza" edita da "La Repubblica" e Ibm, dedicata agli imprenditori che intendono investire in innovazione e nuove tecnologie.

Si tratta di una **guida interattiva**, aggiornata quotidianamente e accessibile dall'indirizzo <http://www.repubblica.it/speciali/economia/ibm/edizione2012>.

La pagina web contiene notizie e informazioni rinnovate quotidianamente **sui temi delle reti, delle infrastrutture e delle soluzioni operative più affermate**. Vengono proposte **analisi di mercato** pubblicate da centri studi e società di ricerca e finestre sullo stato dell'arte nelle altre maggiori economie.

Grazie all'intervento di **Ibm**, sponsor dell'iniziativa, vengono illustrate **le migliori soluzioni e le applicazioni** che possono essere utilizzate dalle **piccole e medie imprese nazionali** per vincere la sfida all'innovazione competendo con mercati esteri sempre più forti.

La guida apre inoltre una finestra su come l'universo delle Pmi italiane sta rispondendo alla sfida dell'innovazione.

Sono state **coinvolte decine e decine di aziende** di ogni dimensione e di ogni settore ponendo loro **5 domande sull'uso dell'hi-tech** e in particolare della nuova frontiera dell'innovazione, il **cloud**.

Dal flusso delle risposte *"si sta progressivamente delineando l'immagine di un'economia che risponde in modo sempre più reattivo e che crede con convinzione, e con la prova dei fatti, che quella della digitalizzazione è una grande opportunità"* come si legge dalla nota che accompagna l'iniziativa di Repubblica.

Ma, prosegue la nota *"tale convinzione deve però allargarsi sempre più dalle eccellenze verso la base del tessuto produttivo"*.

Infatti, come ha reso noto il presidente dell'**AgCom Corrado Calabrò** durante la relazione annuale, **solo il 4% delle imprese italiane utilizza i canali dell'Ict e l'online per favorire le esportazioni** (vedi articolo sul NetComm Forum). Per fare un paragone nell'Ue a 27 stati la media è del 12%. Un dato che da solo sta a segnalare quanto lavoro ci sia ancora da fare nel nostro Paese.

Fonti: i-dome.com e Repubblica.it

Jimdo: un'applicazione gratuita per costruire un sito web

Jimdo è una webapp che consente di **realizzare gratuitamente un sito web**.

Nessun programma da installare, ma un **comodo editor WYSIWYG** (*What you see is what you get*) semi automatizzato.

I webmaster in erba potranno apprezzare questo servizio che grazie al sapiente uso di **template grafici pre-confezionati**, permette di **creare in pochi passaggi un proprio sito internet di qualità**.

Jimdo è anche indirizzato agli utenti professionali. Aderendo ai servizi Pro e Business a pagamento, sarà possibile usufruire di maggiori servizi come un dominio personale, account email, maggiore spazio web, assistenza tecnica e tantissimo altro ancora.

Sito: <http://jimdo.com> Prodotto da Jimdo GmbH. **Lingue:** italiano ed inglese.

Fonte: <http://webapp.html.it/>

I SITI PER TUTTI

Jobpress.it: il portale per chi offre e cerca lavoro nell'informatica

Jobpress.it è la prima **job board** italiana completamente **gratuita** sia **per chi cerca che per chi offre lavoro nel settore dell'informatica**.

Jobpress.it nasce per soddisfare la crescente **richiesta di personale qualificato in ambito IT**, facendo **incontrare domanda ed offerta**.

I **recruiter** hanno la possibilità di fare una preselezione online, attraverso domande aperte o a risposta multipla. I **candidati** possono inserire il curriculum, restare aggiornati sulle offerte di lavoro attraverso la pagina Facebook o iscrivendosi ai job alert.

Jobpress.it offre inoltre **video lezioni gratuite di informatica** e un **blog con le ultime novità** sul mercato del lavoro IT.

Link: Jobpress.it

Fonte: Siti Nuovi

APPUNTAMENTI

Seminario "Internet per acquisire clienti. Gli strumenti per la piccola e media impresa". Lucca, Camera di Commercio, 13 giugno 2012

Essere presenti su Internet è ormai fondamentale per ogni tipo di attività, ma ancora più importante è **"far fruttare" questa presenza** ed utilizzare le immense e sempre nuove potenzialità del web per acquisire e mantenere clienti.

Il seminario, organizzato dalla **Camera di Commercio di Lucca** nell'ambito delle attività dello **Sportello Sitcam** gestito per suo conto da Lucense, intende illustrare **come utilizzare la Rete per promuovere i propri prodotti e i propri servizi**, soprattutto sui mercati esteri, e sensibilizzare all'importanza del "servizio" come fattore cruciale in una relazione digitale.

L'evento è rivolto ad imprenditori e responsabili marketing di medie/piccole imprese che hanno come target, in particolare, il canale retail sia e/o che necessitano di aprirsi ai mercati con modalità complementari agli strumenti tradizionali.

La partecipazione è gratuita

Data: 13 giugno 2012 **Orario:** 9:00-13:00.

Relatore: Ugo Benin – The Vortex (MI)

Sede: Polo Tecnologico Lucchese (ex Stabilimento Bertolli) - Sorbano del Giudice (Lu) - Via della Chiesa XXXII, trav. I, n.231

Modalità di iscrizione: La richiesta di partecipazione dovrà pervenire **entro il 12 giugno** alla Segreteria organizzativa (Lucense – Sportello Sitcam) mediante:

- trasmissione scheda di adesione on line

- invio dell'apposita scheda di adesione in **brochure** a mezzo fax al n. 0583 493617

Ulteriori informazioni, programma, brochure e scheda di adesione on line sono disponibili alla pagina:

http://www.lu.camcom.it/corsi_dettaglio.php?id=464

Contatti:

Lucense: Tel. 0583-493616 - Fax 0583-493617 **Camera di Commercio Lucca:** Tel. 0583-976.625/.633 - Fax 0583- 1999982

e-mail: formazione@lucense.ite - e-mail: eurosportello@lu.camcom.it

Web e Business. Come sfruttare al meglio i Social Media per la promozione aziendale". Lucca, Camera di Commercio, 4 luglio 2012

Il web 2.0, con tutte le sue connotazioni (blog aziendali, social media, micro-blogging, etc) è diventato un potentissimo strumento di marketing e di relazione con clienti e fornitori, in qualche caso complementare al tradizionale e oneroso canale pubblicitario, e in molti altri casi ad esso alternativo.

Se a questo si aggiunge il fatto che non si possono trascurare le nuove modalità di comunicazione introdotte dal web 2.0, sempre più spesso implementare una strategia di marketing attraverso i Social Media può diventare una scelta obbligata.

L'obiettivo dell'intervento formativo, organizzato dalla Camera di Commercio di Lucca nell'ambito delle attività dello **Sportello Sitcam** gestito da Lucense per suo conto, è quello di fornire un **panorama sul cambiamento apportato dai Social Media alle strategie marketing e descrivere le diverse opportunità che si presentano alle aziende** in un contesto in continua evoluzione tecnologica e di rottura con i modelli organizzativi tradizionali.

L'evento è rivolto ad imprenditori e responsabili marketing di medie/piccole imprese nonché ad aziende già attive sul canale digitale che intendono aumentare la propria presenza e le proprie vendite.

La partecipazione è gratuita.

Relatore: Ugo Benin – The Vortex (MI)

Sede: Polo Tecnologico Lucchese (ex Stabilimento Bertolli)

Sorbano del Giudice (Lu) - Via della Chiesa XXXII, trav. I, n.231

Modalità di iscrizione: la richiesta di partecipazione dovrà pervenire **entro il 3 luglio** alla Segreteria organizzativa (Lucense - Sportello Sitcam) mediante:

- trasmissione scheda di adesione on line
- invio dell'apposita scheda di adesione in [brochure](#) a mezzo fax al n. 0583 493617

Ulteriori informazioni , programma, brochure e scheda di adesione on line sono disponibili alla pagina:

http://www.lu.camcom.it/corsi_dettaglio.php?id=465.

Contatti:

Lucense: Tel.0583-493616 - Fax 0583-493617 **Camera di Commercio Lucca:** Tel. 0583-976.625/.633 - Fax0583- 1999982

e-mail: formazione@lucense.it e-mail: eurosportello@lu.camcom.it

