



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 7 del 30/07/2012

IN EVIDENZA

Al via la "Start Cup Registro.it" per le PMI di settori ICT-MOBILE

Cnr e Registro.it, in collaborazione con il Polo Tecnologico di Navacchio, offrono la possibilità di incontrare alcuni fra i più importanti investitori italiani per trasformare in impresa nuove idee innovative legate al settore **Ict e Mobile**.

Grazie ad un percorso che fornisce conoscenze e competenze nell'ambito della creazione e conduzione d'impresa, sarà possibile perfezionare un'idea di business e presentarla agli investitori.

Start cup Registro .it intende stimolare l'innovazione tecnologica dando concretezza alle idee dei partecipanti, rendendole presentabili agli investitori.

Le proposte vanno presentate **entro venerdì 7 settembre 2012**: una giuria specializzata valuterà le idee proposte.

La selezione avviene sulla base di elementi quali **originalità ed innovatività dei progetti** nonché del mercato, team, interesse per possibili investitori, chiarezza completezza e coerenza del progetto d'impresa.

Sabato 6 ottobre, le idee selezionate si presenteranno ad una platea di investitori, dopo un *training process* ed un *coaching* personalizzato per la revisione del business plan e per la gestione dell'incontro con gli investitori.

Beneficiari

Start Cup Registro.it si rivolge a tutti coloro che hanno un'idea o un progetto di impresa innovativa, nei settori: ICT – DIGITAL MEDIA – ONLINE SERVICES – MOBILE & MOBILITY.

Possono partecipare studenti, laureandi, laureati, professori, liberi professionisti e non, singolarmente o in gruppo.

Presentazione delle domande

Nella sezione "come partecipare" occorre compilare specifici form (A e B)

Possono partecipare anche coloro che hanno solo una bozza di idea, presentando altre due tipologie di form (C e D).

Scadenza

7 settembre 2012

Link al sito ufficiale dell'iniziativa: <http://www.startcupregistro.it/index.php/it/>

Link alla pagina "come partecipare": <http://www.startcupregistro.it/index.php/it/come-partecipare>

Fonte: eurosportello Confesercenti - sito www.startcupregistro.it

EVENTI/FIERE ICT

Ad ottobre a Pisa il primo festival della Rete

Appuntamento in Toscana per il **primo festival dedicato a Internet**. L'evento, primo nel suo genere, in programma **da giovedì 4 a domenica 7 ottobre**, sarà ospitato e promosso dalla città di **Pisa**.

Fanno parte del comitato organizzatore il Comune, la Provincia, l'Università e la Camera di Commercio di Pisa, insieme alla Regione, alla Scuola Superiore Sant'Anna e alla Scuola Normale Superiore.

L'iniziativa è aperta a tutti e si propone come una grande festa con numerosi appuntamenti in giro per la città, nelle piazze, nei locali universitari, nei musei, nei cinema e persino nell'ippodromo di San Rossore. Ci saranno **iniziative per tutte le età, per addetti ai lavori e non**.

Accanto ai forum con relatori di portata internazionale verranno realizzati, ad esempio, **laboratori per studenti**, dalle medie alle superiori.

"Per me Internet è un bene comune, come l'acqua. Per questo ci siamo impegnati in questa avventura di organizzare, a Pisa, il primo Internet Festival – ha spiegato il presidente della Regione Toscana Enrico Rossi "La sfida digitale ci porta a compiere scelte decisive per il futuro della Toscana, per la sua economia, per i suoi giovani. L'obiettivo della regione è di arrivare entro il 2015 a garantire banda larga a 20 megabit sull'intero territorio, ma l'infrastruttura tecnologica non è tutto. Accanto al digital divide puntiamo a superare anche il cultural divide con una serie di eventi tra cui il più importante sarà l'Internet Festival".

Per saperne di più <http://www.internetfestival.it/>

Fonte: adginforma

eCommerce Forum 2012 - Rimini 19.9.2012

Analizzare ed approfondire le principali tematiche dell'eCommerce Italiano: è questa l'opportunità offerta dall' e-Commerce Forum, **evento annuale organizzato da Netcomm (Associazione di Assinform e Confindustria Digitale) che si pone come punto di riferimento a livello nazionale per chi si occupa di Commercio Elettronico.**

Quest'anno, oltre al tradizionale appuntamento di Milano (svoltosi lo scorso maggio), il Forum sarà anche a Rimini il **19 settembre 2012**.

L'iscrizione è gratuita.

Dati evento:

eCommerce Forum 2012

Palacongressi Rimini, Via della Fiera

19 settembre 2012

Collegamento al sito dell'evento:

www.netcommrimini.it

A Livorno partono a settembre gli Electronics Days

Il **15 e 16 settembre 2012** si svolgerà in provincia di Livorno, "**Electronics Days**", un evento che avrà luogo presso un polo fieristico piccolo ma pur molto importante da un punto di vista economico territoriale, la **Fiera di Venturina (Li)**.

Nella chermesse si potrà ammirare una **vasta esposizione di articoli e prodotti di elevata qualità tecnologica**.

L'evento prevede una dimensione che ben si addice alle esigenze delle **piccole e medie imprese** del territorio. Dal *computer, ai sistemi satellitari, ai piccoli ricambi, fino agli apparecchi per radioamatori*.

Per questi ultimi in particolare sarà a disposizione uno spazio speciale all'interno del salone.

Data evento: 15 settembre 2012

Località evento: Campiglia Marittima Livorno - Via della Fiera 3

Link ufficiale dell'evento: <http://www.italfiere.net>

Ricerca ed ICT: due eventi APRE in programma a Settembre

L' Agenzia per la Promozione della Ricerca Europea **APRE** organizza, per il prossimo mese di Settembre, due rilevanti eventi ICT:

- "**Opportunità SMART CITIES 2013**", che si propone da un lato di illustrare le opportunità di finanziamento legate alla parte ICT del bando **FP7-SMARTCITIES-2013** e dall'altro di dare voce alle città per animare lo scambio di opinioni che mettano in risalto le esigenze delle comunità territoriali rispetto agli obiettivi previsti dai bandi MIUR e CE.

La giornata si terrà a Roma il **13 Settembre 2012**

- "**ICT nel 7PQ Opportunità 2013**", giornata informativa nazionale sul tema "*Information and Communication Technologies*" (ICT), allo scopo di presentare gli **ultimi bandi ICT del VII Programma Quadro (2007 - 2013)**.

L'evento - che si terrà il **14 Settembre 2012** - sarà realizzato in multivideo conferenza con altre città italiane.

I programmi delle giornate sono ancora in fase di definizione e saranno **a breve pubblicati** sulla home page di **APRE**, sezione "eventi".

Sede degli eventi: c/o MIUR Piazzale Kennedy, 20 - ROMA

E-COMMERCE

Calzature Made in Italy: corre veloce l'e-commerce dell'Associazione Nazionale Calzaturieri Italiani (ANCI)

*L'eccellenza del Made in Italy trova nella **piattaforma e-commerce** un ulteriore **valore aggiunto**, dando agli imprenditori un **strumento per diffondere la qualità e la creatività italiana** sfruttando le nuove tecnologie e i **nuovi modelli dei business e di comunicazione**, che certamente si stanno ancora affermando, soprattutto nel nostro Paese, ma rappresentano un elemento imprescindibile sul quale occorre investire per il futuro.*

Così, in una nota, l'**Anci, Associazione Nazionale Calzaturifici Italiani** ha commentato i **risultati del progetto e-commerce www.iloveitalianshoes.eu**, lanciato durante MICAM ShoEvent nel settembre 2011, che è stato visitato nei suoi primi 8 mesi di vita da più di 200.000 persone, provenienti principalmente da Italia, Francia, Germania ed Inghilterra, mentre da settembre 2011 ad oggi i fan della pagina Facebook I Love Italian Shoes sono passati da 28mila a 46mila, registrando un crescente interesse.

Quindi, si legge nella nota, www.iloveitalianshoes.eu si sta affermando come una **shopping destination per le calzature di qualità**, comunicando e affermando l'**eccellenza** e lo **stile made-in-Italy**.

Il sito rappresenta un ottimo **strumento per il consumatore**, che può **acquistare le migliori calzature Made in Italy** e utilizzare, **nel caso di mancata disponibilità** del numero desiderato, un'**applicazione mobile per individuare i negozi in cui è disponibile il modello**.

È stata inoltre avviata negli ultimi mesi l'iniziativa "**[www.iloveitalianshoes.eu sbarca in Cina](http://www.iloveitalianshoes.eu)**" un'opportunità importante per le aziende per conoscere e attivare un **primo contatto con il mercato cinese**, di grande interesse per la calzatura made-in-Italy anche se non di semplice approccio per i costi e le distanze, sia geografiche sia culturali.

La grafica e le funzionalità sono progettate e pensate per la **massima fruibilità e facilità d'uso**, che hanno certamente favorito un'**ottima indicizzazione delle pagine del sito su Google**. Il sito è navigabile da qualsiasi terminale mobile e per iPhone è disponibile l'applicazione dedicata ItalianShoes; inoltre da marzo 2012 www.iloveitalianshoes.eu è integrato con la Web Tv.

Fonte: impresa mia

FINANZIAMENTI/AGEVOLAZIONI

Editoria on line: dalla Regione Toscana 350mila euro di finanziamenti

Trecentocinquantamila euro. Questo l'ammontare della cifra che verrà stanziata dalla Regione Toscana in un bando che sarà pubblicato entro il mese di ottobre, a favore delle **piccole e medie imprese** che operano nell'**editoria regionale on-line**.

E' quanto annunciato dall'assessore alla cultura, turismo e commercio **Cristina Scaletti** nell'ambito di "Digi.It", il primo convegno nazionale sul giornalismo digitale svoltosi a Firenze il 4 e 5 luglio scorsi.

Il bando, rivolto sia alle **"start up"** che alle **testate già esistenti** (ossia ai nuovi progetti), richiede a queste ultime la registrazione al tribunale di competenza, al Roc (Registro organi di comunicazione) e l'assenza di altre licenze radio o tv, nonché la certificazione della non appartenenza a gruppi editoriali titolari di altre testate di grande diffusione e comunque **"interregionali"**.

Sarà pronto entro un mese e - come detto - **pubblicato a ottobre** per poter erogare i **finanziamenti entro fine anno**.

Finanziamenti che dovranno servire alle imprese editoriali **per coprire i costi di hardware, software, nonché consulenze per progetti di sviluppo**.

Il tutto, seguendo le parole dell'assessore, *"come primo passo per agevolare il processo di passaggio dell'informazione al digitale, così da permettere agli editori on-line di poter assorbire le professionalità giornalistiche attualmente in crisi occupazionale"* per la chiusura delle testate cartacee e televisive.

In questo senso il **bando coprirà le spese già elencate per un tetto fino al 50 per cento**. E comunque **su singole richieste fino a 200mila euro**.

Fonte: Lo schermo.it

NOMI A DOMINIO

Registro .it: via libera ai nomi a dominio con accenti e caratteri speciali.

L'Istituto di informatica e telematica del Consiglio nazionale delle ricerche (Iit-Cnr) che gestisce il **Registro .it**, ovvero l' anagrafe dei nomi a dominio con suffisso .it, ha dato il via, l'11 luglio scorso, agli **Internationalized Domain Names**, cioè alle **parole accentate e ai caratteri non latini**.

Grazie a questa innovazione **si possono adesso registrare nomi come papa'.it. o caffè.it** ma anche **distinguere**, in base all'accentazione, il significato di una parola come **le'ggere.it e legge're.it**.

Si potranno utilizzare anche i **caratteri di uso comune nelle lingue francese e tedesca** come la ç di 'garçon.it' o la ß di 'straße.it'.

Spiega Maurizio Martinelli, responsabile Servizi internet e sviluppo tecnologico dell'Iit-Cnr:

"Questa doppia opportunità, tecnicamente definita Internationalized Domain Names (Idn), apre la possibilità di registrare un dominio con estensione .it letteralmente uguale a molti nomi e marchi oggi esclusi da una sorta di digital divide linguistico. L'introduzione dell'Idn mette il .it al passo con altri registri internazionali, promuove il dialogo interculturale e va incontro alle esigenze delle regioni italiane bilingue come Valle d'Aosta e Trentino Alto-Adige".

Contemporaneamente, il **Registro.it ha aperto le registrazioni a tutti i Paesi dello Spazio economico europeo (See)**, quali **Islanda, Norvegia e Liechtenstein**, e allo Stato della **Città del Vaticano**, alla **Repubblica di San Marino** e alla **Svizzera**.

"Una svolta, questa, che punta all' internazionalizzazione della targa .it ben oltre i confini dell'Unione Europea" afferma Domenico Laforenza, direttore dell'Iit-Cnr e del Registro.it.

"Il prossimo passo" prosegue il Dr. Laforenza **"riguarderà l'estensione degli Idn alle 23 lingue ufficiali dell'Ue, così da completare l'abbattimento delle frontiere linguistiche nella registrazione dei domini .it"**.

L'apertura delle registrazioni con l'Idn seguirà la modalità *'perpetual after landrush'*. I nomi saranno cioè registrati secondo l'ordine di arrivo.

Fonte: Comunicato stampa Iit-Cnr

NORMATIVA

Per il Fisco chi vende abitualmente online svolge un'attività d'impresa

Riportiamo un articolo di intertraders.eu riguardante una sentenza della Commissione Tributaria di Firenze circa la vendita on line: se la vendita è abituale, a nulla rileva l'autodefinizione di "venditore privato", agli effetti fiscali si tratta di attività di impresa.

La **Commissione Tributaria Provinciale di Firenze** è di recente intervenuta su una **questione spinosa** per chi si affaccia nel mondo dell' **e-commerce** e intende sperimentare l'attività di vendita online senza troppe spese, qualificandosi come **venditore privato anziché professionale**. Il commercio esercitato in Rete sotto "mentite spoglie" è infatti un **malcostume** che caratterizza da oltre un decennio le più note piattaforme dedicate al b2c con indubbi vantaggi -per chi se ne avvale- sia a livello contrattuale che tributario.

Proprio con riferimento a quest'ultimo aspetto la sentenza 03/19/2012 del 23 gennaio scorso della Commissione Tributaria fiorentina, ricalcando una sua precedente pronuncia del giugno 2011 e un orientamento giurisprudenziale già noto in materia di accertamento fiscale, ha chiarito che:

"la nozione tributaristica di esercizio di imprese commerciali non coincide con quella civilistica, perché l'articolo 55 del Testo Unico delle imposte sui redditi (Tuir) intende come tale l'esercizio per professione abituale, ancorché non esclusiva, delle attività indicate dall'articolo 2195 cc, anche se non strutturate in forma di impresa, e prescinde quindi dal requisito organizzativo, fondamentale per la qualificazione civilistica di impresa.

L'attività di intermediazione effettuata su portali di vendita on line qualifica, pertanto, l'attività di impresa, quando vi sia un numero

rilevante di transazioni: *i proventi, di conseguenza, sono redditi di impresa e non redditi diversi, anche se manca l'organizzazione"* (fonte: FiscoOggi).

Come è evidente la sentenza focalizza la differenza tra la nozione di impresa commerciale rilevante per il Fisco e che ricomprende, tra le altre, le attività previste dall'art. 2195 c.c. anche se non strutturate in forma di impresa, quali:

- 1) *l'attività industriale diretta alla produzione di beni o di servizi;*
- 2) *l'attività intermediaria nella circolazione dei beni;***
- 3) *l'attività di trasporto per terra, per acqua o per aria;*
- 4) *l'attività bancaria o assicurativa;*
- 5) *le altre attività ausiliarie delle precedenti.*

e la nozione più rigida **ex art. 2082 c.c.** sostenuta dal contribuente destinatario della sentenza in esame, per giustificare le sue continue operazioni di compravendita online e sottrarsi così agli oneri fiscali previsti in materia. Norma, lo ricordiamo, che **qualifica invece come imprenditore "chi esercita professionalmente una attività economica organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni o di servizi".**

La vicenda alla base del contenzioso trae origine dall'invio ad un **utente di eBay** di un questionario, unitamente a un invito al contraddittorio, affinché dimostrasse di aver dichiarato, ai fini delle imposte dirette, **IVA e IRAP, i ricavi derivanti da oltre 1500 transazioni** concluse tra il 2005 e il 2009 **sul sito di aste online.**

In riscontro alle suddette richieste, **il contribuente aveva dichiarato di non essere titolare di partita IVA**, di non aver dichiarato i redditi derivanti dalle sue vendite via Internet ai fini delle ridette imposte, ma soprattutto **di aver intrapreso l'attività online per gioco**, ossia commerciando articoli vari (tra cui pellicce) forniti da parenti ed amici e passando in un secondo momento all'acquisto tramite PayPal di merce su siti stranieri per la rivendita in Italia.

Elementi che unitamente al numero crescente di vendite annuali (passato dalle 7 del 2005 alle 598 del 2009) e alla frequenza non occasionale delle stesse, **non hanno però convinto i giudici**, privando di fondamento le giustificazioni dell'ebayer e i suoi pretestuosi richiami all'occasionalità del reddito e all'assenza di organizzazione e abitudine d'esercizio di vendita.

La Commissione Tributaria Provinciale di Firenze ha infatti **evidenziato come i requisiti che qualificano un'impresa** permettendo di definirla agli occhi del Fisco come commerciale **sono:**

- 1) *il rientrare dell'attività tra quelle indicate dall'art. 2195 c.c. o tra le attività agricole indicate alle lettere b) e c) del comma 2 dell'art. 32 che eccedono i limiti ivi stabiliti;*
- 2) *l'esercizio d'attività per professione abituale ancorché non esclusiva e anche se non organizzata in forma di impresa.*

Con l'ovvia conseguenza che solo la prestazione occasionale, rientrando tra i c.d. redditi diversi, è esclusa dal campo di applicazione dell'IVA e dall'IRAP e che, pertanto, **a nulla rileva l'autodefinizione di "venditore privato".**

Per ulteriori approfondimenti segnaliamo anche [l'articolo pubblicato da FiscoOggi](#).
Fonte: www.intertraders.eu - Redazione

SOCIAL NETWORKS

Il successo della pubblicità aziendale su Twitter sta nei 140 caratteri

La rivoluzione di Twitter: la pubblicità "mobile" supera l'advertising tradizionale. Dopo quasi due anni di sperimentazione, il popolare sito di microblogging sta infatti raccogliendo importanti risultati economici dalle inserzioni pubblicitarie dedicate agli utenti su smartphone e tablet. **"Gli introiti realizzati grazie alle vendite di pubblicità su smartphone e tablet** – spiega Adam Bain, responsabile del Global Revenue di Twitter – **superano quelli dell'advertising tradizionale su computer fissi e portatili praticamente ogni giorno. Anche perché i prezzi di ogni singolo spot, individuati attraverso un meccanismo d'asta che tiene conto del numero di offerte, sono solitamente più alti.**"
Si tratta di un **grande successo**, possibile **grazie alla particolare forma delle inserzioni** introdotte da Twitter.

Sul portale, infatti, **la pubblicità ha massimo 140 caratteri**, proprio come i messaggi che hanno reso celebre il servizio. Compiono in prima linea nella bacheca e nella lista di ricerca degli utenti di Twitter con uno sfondo di colore diverso per segnalarne la natura.

Il successo di questo sistema, a quanto pare, è nell' **immediatezza dei messaggi**, dovuta alle caratteristiche di brevità imposte da Twitter.

"I nostri spot pubblicitari sono in primo luogo "tweet", e solo in seconda battuta pubblicità – commenta ancora Adam Bain – È questo che fa la differenza".

Fonte: adginforma

Social Media al lavoro: permettere o no l'accesso?

Accesso costante ed immediato alle reti professionali, abbassamento dei tempi di risposta, gestione delle emergenze in tempo reale, meno riunioni e scambi eageerati di posta: i motivi validi per consentire l'uso dei social media in ufficio sono tanti e validi, ma spesso si preferisce bloccarli

Considerati una perdita di tempo e da bloccare da alcuni, difesi a spada tratta da altri, **i social networks sul luogo di lavoro sono un tema ancora caldo** nel mondo aziendale e istituzionale. Il **recentissimo studio di Millward Brown ha ravvivato il dibattito**, mettendo in luce come le nuove tecnologie e i social media possano essere uno strumento positivo in grado di portare al successo la propria organizzazione. **I social media**, come tutti i media appunto, **sono dei semplici strumenti; sta poi alle persone comprenderne e sfruttarne le loro potenzialità positive.**

Sicuramente, **tra i vantaggi** dell'utilizzo dei social networks sul luogo di lavoro, abbiamo la **possibilità di un accesso costante alle proprie reti personali, amicali e professionali.** Il che non significa stare a chiacchierare tutto il giorno, ma avere a disposizione una **serie di contatti** che possono in qualsiasi momento essere **utili per il nostro lavoro** o per risolvere questioni urgenti.

A proposito di urgenza, i social media si sono rivelati in più di una occasione **strumenti chiave** nella **gestione delle emergenze.**

Vietare l'accesso ai social significa in qualche modo **precludere la possibilità di essere informati in tempo reale su cosa sta accadendo al di fuori del proprio ufficio**, ma anche di **perdere diverse occasioni di fornire**, ad esempio, **servizi o assistenza** nel settore in cui opera l'organizzazione.

L'utilizzo corretto dei social media nelle aziende e nelle istituzioni aiuterebbe senza dubbio a **superare l'isolamento di conoscenza** di cui soffrono le organizzazioni che si limitano a ricevere stimoli dall'esterno soltanto da canali tradizionali.

Oltre a **far risparmiare alle aziende addirittura tempo**, come spiega in maniera dettagliata Millward Brown nel suo studio.

Qualche esempio? Riunioni formali, scambio massivo di e-mail, ricerca di contatti e informazioni sono le operazioni che fanno perdere prezioso tempo lavorativo, attività che possono essere snellite con l'uso di piattaforme sociali.

Fonte: E-Gov

ToscanalN: un'associazione tutta toscana di social networking professionale

L'**associazione** di Social Networking professionale **ToscanalN** nasce per dare l'**opportunità, a chi lavora in Toscana** ed è già connesso sui principali social network online, **di incontrarsi mensilmente di persona**, per conoscersi, **fare networking** parlando di lavoro davanti a un buon bicchiere di vino e sviluppare nuove sinergie professionali.

ToscanalN è un'associazione senza fini di lucro e conta già circa **6.000 iscritti** nei diversi gruppi sulle **community web** (LinkedIn, Facebook, Twitter, ecc.) e oltre **1.400 soci tesserati**, con numeri in costante crescita tra cui i soci onorari **Matteo Renzi**, Sindaco del Comune di Firenze, **Paolo Barberis**, Presidente di Dada, **Mary Ellen Countryman**, Console Generale USA a Firenze e **Claudio de Polo Saibanti** Presidente di Alinari24ORE.

Ne fanno parte **professionisti e dipendenti delle maggiori aziende toscane, scuole e università, imprenditori, giornalisti, avvocati, architetti, formatori, head hunter, consulenti.**

ToscanalN fa parte della Federazione nazionale ClubIN(circa 30.000 iscritti in tutta Italia).

Per entrare a far parte dell'associazione **basta registrarsi gratuitamente** al sito www.toscanain.org, entrare nei gruppi dei principali social network LinkedIn, twitter, Facebook, ecc. e partecipare ad uno dei prossimi eventi.

La quota associativa (fino al2011 è stata mantenuta a 20,00€)permette di **fruire delle convenzioni siglate in Toscana con ristoranti, negozi, corsi di formazione, acquisti online, ecc.**

Per sapere di più, vai al sito e al blog: <http://blog.intoscana.it/toscanain>

Contatti ToscanalN

Presidente - Laura De Benedetto

mob. 333-3638756 / skype lauradebe / twitter: @toscanain / mail: laura@toscanain.org

Ufficio Stampa - Anna D'Amico

mob. 347-8691998 / skype ad.damico / twitter: @addamico / mail press@toscanain.org

Fonte: Sito ToscanalN e comunicati stampa vari

SOLUZIONI INTERNET

Come creare un sito aziendale con Word

Anche se sembra difficile poterci credere, **Word**, il programma di videoscrittura più usato al mondo, **può essere utilizzato anche per creare un sito web**, e ciò con la **massima semplicità e con risultati più che sorprendenti**, soprattutto per chi non conosce la programmazione e l'HTML. **I passi** per la realizzazione di un sito web con Word **sono semplici efacilida seguire.**

Per le imprese interessate, **I-dome li riassume** in una breve, **pratica guida** pubblicata sul proprio **sito**alla pagina: <http://www.i-dome.com/articolo/20327-Come-creare-un-sito-aziendale-con-Word.html>

Georeferenziazione con Excel

Scopriamo come realizzare un foglio di calcolo per collegare i nostri contatti con le mappe stradali offerte dal servizio di Google Maps

In un **articolo** pubblicato da [I-dome.com](http://www.i-dome.com), l'esperta **Antonia Fontana** ci mostra come abbinare la duttilità offerta da **Excel** con il servizio del motore di ricerca più utilizzato al mondo, **Google Maps**, in modo da **creare una rappresentazione grafica delle locazioni su un foglio di calcolo.**

Con tale processo, è di fatto possibile dar vita ad uno **strumento dalle alte potenzialità**, un sicuro un valido **aiuto per l'organizzazione**

aziendale e per le attività di marketing.

Link all'articolo: <http://www.i-dome.com/articolo/20288-Georeferenziazione-con-Excel.html>

ULTIME DALL'UE

La Commissione europea inaugura una nuova applicazione smartphone per informarci sui nostri diritti di passeggeri

Appena in tempo per le vacanze, la **Commissione europea** ha inaugurato un'applicazione per smartphone che copre i trasporti aerei e ferroviari e funziona con **quattro piattaforme mobili**: Apple iPhone e iPad, Google Android, RIM Blackberry e Microsoft Windows Phone 7. L'applicazione è **disponibile in 22 lingue della UE** ed è attualmente utilizzabile per i trasporti aerei e ferroviari, mentre **nel 2013 sarà estesa ai trasporti marittimi e su autobus** quando entreranno in vigore i corrispondenti diritti dei passeggeri.

L'applicazione - che è parte della campagna della Commissione **'Your Passenger Rights At Hand'** - spiega i diritti del passeggero per ogni potenziale problema.

Ad esempio, se un volo viene cancellato e l'imbarco al passeggero viene rifiutato di conseguenza, quest'ultimo può ottenere un risarcimento tra 125 e 600 euro. Anche nel caso in cui il bagaglio venga danneggiato a seguito di un incidente si può avere diritto ad un risarcimento. È inoltre utile sapere che le compagnie aeree e ferroviarie sono obbligate a fornire informazioni trasparenti riguardo ai prezzi e ad assistere i passeggeri a mobilità ridotta.

Se si ha l'impressione che i propri diritti non siano stati rispettati, l'applicazione fornisce anche informazioni sulle persone da contattare per presentare un reclamo.

Nel caso di un'emergenza su larga scala, l'applicazione può anche comunicare informazioni e consigli di viaggio da parte della Commissione europea.

Fonte : Pore

WEB MARKETING

Attività on line: le opportunità per le imprese

Il web è in continua crescita e offre sia ai privati che alle aziende svariate opportunità.

A differenza di molti siti di e-commerce, vi sono dei **siti web** il cui scopo non è la semplice vendita ma quello di fare da **tramite tra cliente e azienda**.

Lorenza Zanardo, tecnico del Marketing, esperta nella comunicazione con i New Media, entra nel particolare del tema con uno specifico **articolo** nel quale distingue **due macro tipologie di siti web** – siti di **richiesta/confronto preventivi** e siti di **confronto di offerte** – e **ne descrive**, anche attraverso casi di siti di successo, i rispettivi **modelli di business**.

Modelli che, al di là delle apparenti differenze, sono entrambi un esempio concreto di come il web offra, anche in questi momenti di crisi, tante possibilità e **opportunità per le aziende di aumentare il loro business**.

L'articolo, pubblicato da webdieci.com, è accessibile alla **pagina web**:

http://www.webdieci.com/docs/innovazione/85_PMI_trevigiane/attivita-online-opportunita-imprese_1656.asp

Fonte: webdieci.com

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

Confesercenti lancia il portale Parla Impresa, il nuovo strumento on line di assistenza per imprenditori in difficoltà

Si chiama **Parla Impresa** il nuovo spazio pensato da **Confesercenti** per **raccogliere, ascoltare e amplificare dubbi ed esperienze degli imprenditori**, che in questo momento si sentono accerchiati perché **operati da problemi con banche, debiti, crediti, tasse, scadenze e lavoro**, o che si sentono isolati a causa dell'impossibilità di trovare soluzioni e interlocutori disposti ad aiutarli.

Raggiungibile **via telefono, Web, Mail, Twitter e Facebook**, il centro assistenza **si avvale di forum ed esperti** e si qualifica come "uno spazio completamente libero", **aperto a tutti gli imprenditori** che vogliono avere risposte ma anche dare consigli o semplicemente confrontarsi su **argomenti come fisco, Equitalia, previdenza, credito, banche e nuove opportunità di sviluppo**.

Gli imprenditori hanno la possibilità di accedere a **sei spazi dedicati**, ciascuno contraddistinto da un **colore diverso**:

Parla Azzurro: dedicato alle imprese neonate o a coloro che intendono avviare una nuova impresa.

Parla Rosa: per le donne imprenditrici.

Parla Verde: per chi ha difficoltà.

Parla Rosso: dedicato a chi vuole denunciare abusi, soprusi e inefficienze.

Parla Bianco: per proposte e suggerimenti

Parla Giallo: per le petizioni.

All'iniziativa si aggiunge la petizione "Cambiamo Equitalia", che, spiega Confesercenti, ha l'obiettivo di modificare i metodi di riscossione e ridare un volto umano al fisco.
Fonte: 01net.it

Prato: banda larga ovunque, accordo tra Regione e Provincia

Il 19 luglio, **Regione e Provincia di Prato** hanno firmato un **protocollo d'intesa** per rendere **più veloci i collegamenti Internet** sul territorio provinciale e **abbattere il cosiddetto digital divide**, ovvero quella differenza, in termini di accesso alla rete e banda larga, che può essere determinante nella scelta di un'azienda che vuole aprire una nuova attività, che rende un territorio competitivo o meno ma che è anche condizione essenziale per una piena cittadinanza, visti i sempre più numerosi servizi erogati dalla pubblica amministrazione attraverso Internet.

Il protocollo, siglato a margine del convegno "Imprese e Internet", **impegna complessivamente 1,6 milioni di euro** (uno lo mette la Regione, 600 mila la Provincia) e che nell'arco di due anni permetterà di portare la **banda larga nelle zone attualmente sprovviste o che sono raggiunte da connessioni adsl di portata non sufficiente**. Soprattutto in collina, sul Montalbano e in Valbisenzio.

La Regione coprirà con la fibra ottica parte del territorio; **la Provincia**, che svolgerà anche un ruolo di coordinamento e raccordo con i Comuni, utilizzerà invece il wi-fi per coprire quello che rimane e migliorare i collegamenti dove oggi non sono sufficientemente garantiti e la navigazione è troppo lenta. Due azioni che andranno in parallelo e che si integreranno a vicenda.

Fonti: varie

STUDI, RAPPORTI, ANALISI

Il consumatore italiano tra multicanalità e media digitali –

Anche i dati presentati dall'Osservatorio Multicanalità evidenziano un'informazione sempre più "internet oriented" e la progressiva crescita (nonostante il permanere di molteplici ostacoli) dell'e-commerce e le ottime prospettive future grazie alla diligente diffusione di smart-phone e device mobili

Il **termine multicanalità** sempre più frequentemente viene utilizzato in riferimento al **mutato comportamento di fruizione dei media degli italiani** e ha dato il via, negli ultimi mesi, a numerosi **filoni di studio**.

Tale mutato comportamento **influisce in modo profondo anche sul processo d'acquisto degli individui**, con conseguenze non trascurabili per imprese e operatori di business.

È perciò importante **tenere a mente alcuni elementi fondamentali**.

Uno dei punti cruciali in tema di multicanalità è il ruolo di Internet.

La sua diffusione capillare e la crescente confidenza guadagnata dagli utenti nei suoi confronti gli ha fatto guadagnare un **ruolo importante nel processo d'acquisto dei consumatori**. Internet svolge innanzitutto un ruolo estremamente importante nella **ricerca di informazioni**: i dati presentati dall'Osservatorio Multicanalità 2011 mostrano come non solo il 34% degli italiani lo consideri un canale adatto alle proprie esigenze, ma **per il 27% sia il mezzo principale per la ricerca di informazioni su prodotti e servizi e per il confronto dei prezzi dei beni che si intende acquistare**.

In secondo luogo, la maggiore fiducia che **Internet** si è guadagnato lo rende un **canale sempre più adatto per la conclusione stessa degli acquisti**.

L'e-Commerce è, infatti, un fenomeno **sempre più diffuso** anche nel nostro Paese: **il 49% degli italiani**, infatti, ha effettuato **acquisti online negli ultimi 12 mesi**, sei punti percentuali in più rispetto al 2010.

Le barriere che, ancora oggi, vengono addotte come motivazione per non ricorrere all'eCommerce (in costante calo nel corso degli anni) sono riconducibili alla **mancanza di fiducia** nei confronti di un pagamento anticipato, alla **mancanza di possibilità di vedere/toccare il prodotto** prima dell'acquisto e dalla **mancanza di una relazione diretta** con il personale di vendita.

Un ulteriore elemento estremamente importante è la **stretta relazione che sussiste tra Internet ed il punto vendita**. Essi sono, infatti, legati in modo sempre più indissolubile: se nel tempo è infatti rimasta sostanzialmente costante la percentuale di consumatori che utilizzano Internet per la ricerca di informazioni, per poi concludere l'acquisto in punto vendita (80% nel 2011), **è cresciuta in modo costante la quota di coloro che visitano il punto vendita** per toccare con mano il prodotto, **ma poi perfezionano l'acquisto online (30% nel 2011)**.

L'avvento di smartphone e device mobili ha inoltre contribuito a rendere **Internet un canale sempre più pervasivo**, disponibile ovunque e in

qualsiasi momento, ridefinendo così in modo ancora più netto non solo le esperienze d'acquisto, ma la relazione stessa tra clienti e aziende.

Se da un lato, infatti, **le nuove tecnologie** rappresentano un'**opportunità irrinunciabile per le imprese**, dall'altro **occorre riprogettare** in modo globale l'esperienza offerta ai consumatori.

La parola chiave in questo senso è "**rilevanza**": il valore dell'esperienza veicolata al cliente è, cioè, influenzata dallo specifico contesto in cui egli si trova. Ad esempio, le informazioni che gli saranno trasmesse saranno tanto più di valore quanto più lo raggiungeranno nel luogo giusto, nel momento giusto e intercettando il suo reale bisogno.

Le dinamiche in atto impongono quindi un **ripensamento dell'approccio stesso delle imprese alla comunicazione**, che può giungere a coinvolgere gli obiettivi per i quali la comunicazione viene progettata.

Fonte: Elena Bilisco - Osservatorio E-Government Politecnico di Milano

State of the Net : l'Italia indietro nell'e-commerce ma le prospettive sono positive: in crescita m-commerce e

social

L'Italia è il fanalino di coda per l'e-commerce in Europa, davanti solo alla Romania, con il 5% di aziende italiane che vendono on line contro una media europea del 15% e il 36% registrato dalla Norvegia che guida la classifica. Sono soprattutto le **piccole e medie imprese** a registrare un importante **gap nell'utilizzo di Internet come canale di vendita**. Prendendo come paragone la Germania, solo l'11% delle medie aziende vendono on line, contro il 30% delle medie aziende tedesche e il gap è ancora più evidente nelle piccole aziende di cui solo 5% utilizza l'e-commerce contro il 19% delle tedesche di pari dimensione.

Sono i **dati presentati da Matteo Menin**, director Between, nella **tavola rotonda dedicata all'e-commerce** durante "**State of the Net**", l'evento internazionale sullo state dell'arte della rete tenutosi a Trieste dal 22 al 25 giugno.

Nonostante il ritardo registrato nel nostro Paese, **le prospettive sono però molto positive** e i brand stanno cominciando a cogliere le opportunità della rete: **l'e-commerce è infatti in forte crescita in tutte le aree geografiche**, inclusa l'Italia che nel 2011 ha registrato un +19% nel valore delle vendite on line B2C da siti italiani; e ancora, lo **spending in outsourcing** dovrebbe **raddoppiare in 3 anni** passando da 1,5 miliardi di euro nel 2012 a 3 miliardi di euro nel 2015.

Indicazioni positive anche dalle **abitudini di pagamento on line**: mentre nel 2006 oltre la metà degli utenti italiani di e-commerce pagava ancora off line (contrassegno, bonifico allo sportello o trasferimento postale), nel 2011 la transazione è ormai effettuata on line tramite carta prepagata (50%), Paypal o analoghi (30%), bonifico on line (8%) e il contrassegno è sceso dal 20% del 2006 all'8% del 2011.

Anche il **device da cui si acquista on line** sta velocemente **passando dal desktop al mobile** e nei prossimi due anni si dovrebbe verificare il **sorpasso del m-commerce sull'e-commerce**; oggi il 25% degli utenti di smartphone ha acquistato almeno un prodotto o servizio on line e il 59% effettua mobile commerce almeno una volta al mese. Sono dati presentati da **Marco Massarotto**, founder di Hagakure, che **spiega come il m-commerce raccolga** in effetti **tutta l'esperienza di acquisto degli utenti**, dallo scouting sui prodotti alla transazione, oggi ulteriormente supportato anche dalla georeferenziazione.

Dall'intervento di Massarotto a State of the Net **emerge infine un significativo ampliamento dei canali di vendita on line**, dal **sito aziendale**, ai **social network** fino ai **blog**, fenomeno a cui i brand dovrebbero dare il giusto valore per sfruttarne le opportunità.

Il **social commerce consente** alle **grandi aziende** così come alle **PMI** ma anche ai **privati**, di **vendere prodotti o servizi utilizzando canali di vendita on line**, agevolati da una maggiore propensione all'acquisto on line di community che sono già in rete.

Per fare business on line ormai non è più necessario avere un sito, **il negozio on line può vivere anche in modalità "temporary"** su blog tematici, aprendo la strada quindi anche **nuovi modelli di business**.

Fonte: *Comunicato stampa "State of the net"*

SICUREZZA INFORMATICA

Per scegliere una password sicura arriva il vademecum di ESET NOD32

L'attacco informatico con il furto e la pubblicazione di migliaia di password e username subito alcune settimane fa da Yahoo, è solo l'ultimo di una **lunga serie di attacchi informatici**, che dimostrano ancora una volta come **molti utenti siano poco scrupolosi nella scelta delle loro password**.

Se troppo semplici da individuare infatti **le password** possono cadere **vittima di attacchi cosiddetti brute force**: attacchi informatici a "forza bruta" basati sull'uso di dizionari di parole comuni, immesse automaticamente in un account attraverso l'impiego di appositi programmi.

Contro attacchi di questo tipo l'utente finale non ha la possibilità di difendersi efficacemente, anche se comunque **è possibile limitare significativamente le intrusioni**.

Per questo è nato il **Vademecum ESET NOD32**, che fornisce un **elenco puntuale delle cattive e delle buone regole da adottare quando si sceglie una password**, per accedere a siti e servizi on-line. L'analisi dei dati sottratti ha infatti dimostrato come gran parte degli account trafugati avessero spesso password facili da indovinare o di uso molto comune (es. "password" o "123456").

In particolare il **Vademecum segnalai 20 errori** che un utente non deve **mai commettere** quando sceglie una password e **le 10 strategie migliori** da seguire per scegliere una password sicura.

Per conoscerli, rimandiamo all' **intero articolo** pubblicato da **ADNKronos**, fonte della notizia:

http://www.adnkronos.com/IGN/News/CyberNews/Sicurezza-per-scegliere-la-password-arriva-il-vademecum-di-ESET-NOD32_313515648191.html

Sondaggio Eurobarometro: la sicurezza delle informazioni personali e dei pagamenti online preoccupa cittadini dell'Unione

Da una nuova **indagine Eurobarometro** è emerso che **gli utenti di internet sono molto sensibili al problema della sicurezza informatica**: l'89% evita di fornire informazioni personali online e il 74% ritiene che il rischio di cadere vittima di reati informatici sia aumentato negli ultimi anni. **Il 12% degli internauti europei ha già subito frodi informatiche** e l'8% è **stato vittima di furto di identità**. Ciononostante, **il 53% non ha cambiato nessuna password online** nell'ultimo anno.

"Sempre più persone sfruttano le potenzialità di internet e beneficiano dell'economia digitale. Non sorprende quindi che la sicurezza delle informazioni personali e dei pagamenti online sia una delle principali preoccupazioni. Colpisce invece il fatto che solo il 50% degli europei prenda misure efficaci per proteggersi dalla cibercriminalità", ha dichiarato Cecilia Malmström, Commissaria europea per gli Affari interni.

L'**indagine**, che ha interessato quasi **27000 persone in tutti gli Stati membri**, mostra un chiaro **nesso tra essere informati sui rischi della criminalità informatica e sentirsi sicuri online**. La maggior parte di coloro che si sentono sicuri nell'effettuare operazioni bancarie o acquisti online si ritiene adeguatamente informata sulla criminalità informatica.

"Non dobbiamo permettere che i criminali informatici perturbino il nostro uso di internet. Più conosciamo i rischi e il modo in cui proteggerci, più possiamo investire nella nostra vita digitale", ha aggiunto Cecilia Malmström.

Dall'indagine sono inoltre emersi altri **dati importanti**:

Il 53% degli utenti di internet acquista beni o servizi online, il 52% frequenta le reti sociali online, il 48% effettua operazioni bancarie online **il 20%** vende beni o servizi online;

il 29% non si ritiene in grado di usare internet per effettuare operazioni bancarie o acquisti online;

il 59% non si reputa adeguatamente informato sui rischi della criminalità informatica;

il 40% è preoccupato della possibilità che qualcuno si appropri o usi indebitamente i suoi dati personali e il 38% dubita della sicurezza dei pagamenti online.

Il Centro europeo per la lotta alla criminalità informatica si concentrerà sulle **attività illegali online** svolte da gruppi della criminalità

organizzata, in particolare sugli **attacchi contro i servizi bancari online** e altre **attività finanziarie online**. Studierà inoltre il modo per **proteggere meglio i profili dei social network** dalle infiltrazioni criminali e fornirà informazioni e analisi alle autorità di contrasto nazionali, che potranno così contribuire a **contrastare i furti di identità online, l'abuso e lo sfruttamento sessuale dei minori online** e gli attacchi informatici contro le infrastrutture nevralgiche e i sistemi d'informazione dell'Unione.

Il Centro sarà **operativo a gennaio** dell'anno prossimo.

Nell'ambito dello sviluppo del Centro sono stati istituiti **contatti con le unità nazionali di polizia preposte alla lotta contro la criminalità informatica** e con i soggetti del settore privato che si occupano di sicurezza informatica e dello sviluppo di software antivirus.

Link al Sondaggio Eurobarometro completo:

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_390_en.pdf

Risultati per l'Italia:

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_390_en.pdf

Contatti:

Michele Cercone(+32 2 298 09 63) **Tove Ernst**(+32 2 298 67 64)

Fonte: *Comunicato stampa Ce*

I SITI PER TUTTI

Digital Versus

Digital Versus è un interessante **sito dedicato alle prove dei prodotti elettronici di consumo**.

Ogni giorno una **dozzina di prodotti** vengono sottoposti a **test di verifica**, dal più piccolo smartphone o GPS, agli enormi televisori LCD. Un team di tecnici e giornalisti prova ogni prodotto imparzialmente fornendo le proprie impressioni.

Lo scopo è di **rendere pubbliche online le informazioni** ed offrire ai lettori interessati con poca o nessuna esperienza tecnica, gli spunti per poter fare una scelta informata ed acquistare il prodotto al prezzo giusto.

Link: [Digital Versus](#)

Btmat.it: tutto sul mondo Ict

Bitmat.it è un interessante **portale italiano dedicato al mondo Ict** che fornisce notizie, approfondimenti, interviste e video che offrono una **panoramica completa sul business Ict**.

Information & Communication Technology, sicurezza informatica, cloud computing, social network, mobile business, privacy policy, sono gli **argomenti principali** trattati dal portale.

Il sito, organizzato in **canali tematici** offre con puntualità contenuti utili ad appassionati e professionisti del settore.

Link: [Bitmat.it](#)

Fonte: *sitnuovi*

