



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 9 del 30/09/2012

IN EVIDENZA

Avviso pubblico per la selezione di un web designer e un graphic designer

Lucca Promos srl ha indetto un pubblico avviso per attivare una procedura comparativa, volta alla **selezione di 2 esperti in web e graphic design** per il conferimento di un **incarico individuale** con contratto di lavoro autonomo (ex. art 2222) avente ad oggetto la realizzazione di un'**attività formativa** (dal 27 al 29 novembre 2012) da svolgere in **Polonia**.

Per ulteriori informazioni e approfondimenti, consultare il sito www.luccapromos.it – sezione Primo Piano

EVENTI/FIERE ICT

Internet Festival, un omaggio alla Rete. Pisa, 4-7 ottobre 2012

Come anticipato in un precedente numero, si terrà a **Pisa, fra il 4 ed il 7 ottobre, l'evento "Internet Festival. Nuove forme di futuro"**. "Ponti digitali" è il filo conduttore dell'edizione 2012.

Il Festival esplorerà le connessioni, i legami, le relazioni che, grazie a Internet, ridisegnano e plasmano, a livello globale, il paesaggio sociale, economico e culturale.

Le **aree tematiche** che verranno affrontate nel corso della kermesse sono articolate in **tre percorsi**:

INTERNET FOR CITIZENS

Dedicata al tema della **Democrazia digitale** esplorerà le nuove forme di sviluppo e aggregazione urbana mediate dalla Rete e approfondirà gli aspetti che legano la partecipazione all'espressione della rappresentanza politica, anche in relazione all'attualità (Elezioni americane, elezioni italiane...). Sarà l'occasione per entrare in contatto con idee ed applicazioni innovative al servizio della vita quotidiana in settori come la sanità, la mobilità, la pubblica amministrazione. E' l'area che ospiterà eventi ed incontri legati all'**Agenda Digitale**.

INTERNET FOR MAKERS

Analizzerà il tema delle **Imprese e dell'Economia** secondo i nuovi paradigmi introdotti dalla Rete. Ospiterà format dedicati alla presentazione di **startup** sia in forma di contest organizzati ("Storming pizza" a cura di H-Farm, gli Indigeni digitali, l'Appcircus) sia in forma di ignite/elevator pitch; **dialoghi e confronti fra imprese, studiosi, ricercatori e amministratori su temi differenti: Open data & services e Cloud computing, tra gli altri; keynote speech tematici; consulenze organizzate; eventi networking** e altro ancora.

INTERNET FOR TELLERS

Discuterà della **Rete come veicolo di espressione e opinione** laddove diritti e libertà subiscono limitazioni e censure amplificando voci dissidenti, minoritarie e perseguite, evidenziando anche come la Rete possa essere efficace punto di ascolto per mettere a punto strategie politiche mirate. Porrà l'accento sui meccanismi di costruzione dell'informazione mostrando studi, ricerche e applicazioni che aggregando e disgregando la massa informativa della Rete consentono di individuare scenari, tendenze e sviluppi proiettati nel futuro e di ricavare analisi ed approfondimenti di aspetti diversi della contemporaneità. Costituirà una tappa essenziale nel dibattito "non finito" sul tema del valore della Rete come generatore e diffusore di saperi e conoscenze competenti.

Il pubblico potrà scegliere di assistere (e partecipare interagendo) ai convegni e ai forum con esperti, docenti e scienziati di fama internazionale (IF keynote Speech). Le scuole, dalle elementari alle medie superiori avranno la possibilità di frequentare i diversi laboratori organizzati per loro (IF Labs). Numerosi anche gli eventi trasversali, educativi e ludici, dai concerti ai momenti dedicati al gusto (IF Events).

Tutte le informazioni sul Festival e sul programma sono disponibili sul **sito dedicato**: www.internettefestival.it

Smau 2012. Milano, 17-19 ottobre

Dal **17 al 19 ottobre** prossimi si terrà a Milano, presso **Fieramilanocity**, l'edizione 2012 dello **SMAU, Salone ICT** per imprenditori, decisori aziendali, reseller e dirigenti della PA.

L'evento prevede **4 sezioni/aree tematiche**:

- **Smau Business**: area espositiva per imprenditori e manager, all'insegna dell'innovazione per imprese
- **Smau Trade**: iniziative, eventi e presentazione di nuovi prodotti, servizi e strategie
- **Percorsi dell'Innovazione**: progetto articolato per start up, enti, università e centri di ricerca
- **Smart City**: iniziativa Smau-ANCI dedicata ad amministratori locali e imprese

[Maggiori informazioni sull'evento](#)

E-GOVERNMENT

E' allo studio iSrl: l'impresa via Web

Dopo l'entrata in vigore, lo scorso 29 agosto, della **Srl semplificata a 1 euro** di capitale per gli under 35, il Governo sta già programmando le prossime misure a sostegno dell'imprenditorialità, tra le quali la 'iSrl'.

Si tratta di una **nuova forma di società semplificata** riservata agli under 35 che, **potrà essere costituita interamente online** con una comunicazione direttamente alla camera di commercio.

Per la iSrl sarà sufficiente un **capitale sociale** minimo di 1 euro e dovrebbero essere previsti **benefici** nei primi quattro anni di vita tra cui: la sospensione degli obblighi di ricapitalizzazione, possibili esenzioni dal divieto di offerta al pubblico di quote di srl start up, accesso alle categorie di azioni previste dagli articoli del codice civile 2348 (eventuali categorie di azioni fornite di diritti diversi anche per quanto concerne la incidenza delle perdite) e 2351 (la creazione di azioni senza diritto di voto, con diritto di voto limitato a particolari argomenti, con diritto di voto subordinato al verificarsi di particolari condizioni non meramente potestative).

La proposta è inclusa nel pacchetto dell'**Agenda digitale**, che il prossimo 13 settembre il ministro dello Sviluppo economico Corrado Passera dovrà definire per poi presentare, il giorno successivo, in Consiglio dei Ministri. Queste misure, dunque, verranno poi inserite nel decreto cosiddetto 'Digitalia', per il quale sono previsti 3 miliardi di investimenti.

Fonte: finanzialatuaidea.it

SOCIAL NETWORKS

I Social network tematici nelle strategie di Web marketing – Una guida all'utilizzo

Se Facebook rappresenta ancora oggi l'incarnazione del concetto "sociale" nel web, è pur vero che, in ambito *social* si sta sempre più affermando un nuovo fenomeno, quello dei **social web tematici**, anche detti social web **verticali**, ovvero realtà *social* sempre più orientate verso la "**differenziazione**" che recepiscono l'emergente spinta dell'utente verso la ricerca di **nicchie tematiche** e collegamenti "specifici" utili alle sue **personali passioni** o al suo **ambito d'affari** (Instagram, Pinterest, Anobii sono gli esempi più noti)

Si tratta di una realtà **molto interessante** sia per gli **utenti**, che per il mondo delle **imprese** e chi si occupa di Web Marketing.

Guardando al settore del **business** e rifacendosi al concetto di marketing **dicoda lunga/nicchia di mercato**, si può verificare facilmente come **la costruzione di una rete sociale delimitata solo su alcuni, specifici settori**, sta diventando il **vero obiettivo di aziende e utenti** (tendenza peraltro già presente in Facebook con la creazione dei gruppi specifici, ovvero di una serie di reti nella rete).

Per questo, come sottolinea Pmiservizi.it, **una buona strategia di marketing on line** non può non prendere in considerazione questi social di seconda generazione: **presidiare i social network di nicchia** e le piattaforme tematiche premette infatti di **restringere il campo di azione** della propria strategia di visibilità e di concentrare risorse ed energie nella creazione di relazioni di qualità, ovvero generate con utenti, clienti o aziende realmente interessate a "quello specifico prodotto" o a "quel servizio".

Proprio guardando a questo contesto, **Pmiservizi** ha realizzato un **PDF da scaricare gratuitamente** con **alcune reti verticali e social network tematici** interessanti, sia per l'utente ma soprattutto per chi vuole utilizzarli al fine di incrementare la propria visibilità online ed "affinare" la propria strategia di Web Marketing.

Per scaricare gratuitamente il pdf cliccare su: "[Social Network Tematici, risorse utili per la visibilità online](#)".

Fonte: Pmiservizi.it

La strategia di Facebook per le imprese in 4 passaggi

Il segreto del successo di un'impresa o un marchio, oggi più che mai, è quella **dicercare di attrarre quanti più amici possibili**, dando il via ad un passaparola che influenzi gli amici dei fan e coinvolga un pubblico sempre più numeroso. L'obiettivo è quello di raggiungere il bacino di utenza adatto alle caratteristiche dell'azienda, trasformando il numero di persone raggiunte in clienti.

Su questo si basano le **strategie "social"** del Web, ed in particolare la **strategia di marketing di Facebook** che, adesso consultabile sul nuovo portale www.facebook.com/business, **intende fornire alle aziende gli strumenti giusti per promuovere l'attività sul social network**.

Oltre alle indicazioni sui passaggi da seguire per costruire una pagina, **il sito spiega come creare inserzioni** (a pagamento), scrivere dei post di qualità e programmarli e consultare i dati di Insights per monitorare i risultati ottenuti con la pagina.

Ultimi aggiornamenti e annunci di nuovi prodotti saranno poi consultabili nella sezione "*novità*", e attualmente riguardano essenzialmente i **webinar gratuiti** in programma e l'**applicazione gratuita "Gestore delle Pagine" per iPhone**.

L'applicazione mobile, dedicata ai possessori di iPhone, **consente il monitoraggio delle attività delle pagine**, la visualizzazione dei dati di Insights e la possibilità di rispondere alle richieste del pubblico in qualsiasi momento e ovunque ci si trovi.

I webinar consentono invece di **ottenere consigli da esperti di marketing direttamente dal proprio computer** attraverso una sessione di domande e risposte a cui è possibile partecipare collegandosi all'orario prefissato o alle quali è possibile assistere nell'aula marketing di Facebook qualora non fosse possibile seguire nell'orario stabilito. Interessante inoltre, lo spazio dedicato alle storie di successo, volto a condividere la storia di alcune aziende che sono riuscite ad ottenere notevoli profitti grazie alla creazione di una pagina su Facebook.

Il sito esclude l'eventualità di problemi di comunicazione legati alla lingua impostata, considerato che, oltre l'italiano, sono previste **altre 9 lingue**: cinese, coreano, francese, giapponese, inglese, portoghese, spagnolo, tedesco e turco.

I-dome.com ci offre (autore Fabio Calcagno) una sintetica e pratica spiegazione dei **4 step** che un'azienda, come descritto da Facebook.com/business, deve seguire **per ottenere il successo tramite Facebook** :

- creare una pagina
- realizzare inserzioni
- pubblicare contenuti di qualità
- incoraggiare le persone ad interagire con l'azienda.

Un'insieme di potenzialità messe a disposizione delle aziende per lo sviluppo di una **strategia "social"** che può rappresentare l' **approccio giusto e vincente**.

Per leggere CLICCA QUI.

Fonte: i-dome.com

SOLUZIONI INTERNET

Speedtest.net: la webapp gratuita per misurare le prestazioni della propria linea internet

Speedtest.net è una nota web application realizzata in tecnologia Flash che consente di testare con precisione le prestazioni della propria linea internet. L'interfaccia grafica è ben fatta e gradevole, anche se un pò pesantina per chi utilizza computer poco potenti o linee internet lente. La web application consente di scegliere più server su cui testare le prestazioni della propria connessione, un'opzione questa utilissima perchè consente di poter scegliere il server migliore che ci permetterà dunque di ottenere i risultati più veritieri possibili. Oltre alla velocità rilevata, ci verrà fornita anche la latenza media riscontrata collegandoci al server di test scelto.

Speedtest.net, completato il test, offre anche la possibilità agli utenti di condividere i risultati ottenuti copiando un semplice codice HTML da includere in pagine web o discussioni su un forum. E' possibile inoltre confrontare i propri risultati con quelli degli altri utenti. Speedtest.net è disponibile anche come applicazione dedicata per dispositivi mobili per piattaforme iOS e android.

L'applicazione (in inglese) è completamente gratuita

Magisto: una Web application per editare on line i nostri video

Magisto è un'ottima web application che permette di effettuare **editing video di un discreto livello**. Non può certamente sostituire un'applicazione dedicata e specifica, ma va più che bene per modificare video importati da smartphone, tablet pc e webcam. Il punto forte di questa web application è l'automatismo: a differenza di altre applicazioni simili, non richiede la conoscenza di alcuna base di editing.

Magisto infatti è in grado di riconoscere le fasi più interessanti di un video, di tagliarle e di riordinarle in un unico filmato, con addirittura effetti di transizione tra una scena e l'altra. Inoltre, consente di caricare non solo video ma anche colonne sonore.

Tutti questi passaggi si compiono tramite un semplicissimo wizard semi automatico.

Il risultato è davvero ottimo anche se non personalizzabile.

Per accedere al servizio di editing, è necessario **isciversi gratuitamente o utilizzare le proprie credenziali di Facebook**.

Tutti i **video** creati **possono poi essere condivisi anche su Facebook** ed opzionalmente anche su altri social network. Possono inoltre essere inoltre salvati sullo spazio hosting offerto dal servizio oppure scaricati in locale sul nostro computer.

L'applicazione, **gratuita**, è solo in inglese. No Premium

Fonte: www.html.it

STUDI, RAPPORTI, ANALISI

Applicazioni mobile: un fenomeno in rapida crescita. A guidare il trend sono le app gratuite e Apple

Gli spunti per gli sviluppatori di app e per le imprese

L'utilizzo delle **applicazioni mobile** è in **costante crescita**. Rispetto al 2011 durante il quale il numero delle applicazioni scaricate ha raggiunto quota 25 miliardi, **nel 2012 si stima che si raggiungerà quasi il doppio**, con 46 miliardi di app scaricate e con una tendenza che è in rapida evoluzione.

I dati raccolti nella **ricerca condotta da Gartner** mostrano come a guidare la crescita siano principalmente le **applicazioni gratuite** e quelle scaricate **dall'App Store di Apple**.

Gli utenti continuano, infatti, a scegliere **nell'89% dei casi le applicazioni che non costano nulla**, creando una reazione a catena e facendo abbassare il costo di quelle a pagamento che generalmente non superano i 3 dollari.

La previsione di Gartner parla di **una tendenza che si confermerà fino al 2016**.

Entro il 2016, infatti, verranno **scaricate oltre 300 miliardi di applicazioni**, con il 93% che sarà rappresentato da quelle gratuite. Allo stesso modo, aumenteranno quelle a basso costo, con applicazioni comprese tra i 99 centesimi e 2,99 dollari che andranno a coprire il 96% di tutti i download a pagamento.

Tra le piattaforme che dominano, **Apple** rappresenta ancora **quella più popolare**, ma sono in **crescita Android e Microsoft** con il suo Marketplace. Tuttavia, la popolarità di Apple sta lentamente diminuendo, anche se per quest'anno l'App Store della casa della mela inciderà per più di 21 miliardi sui 46 miliardi di download previsti.

La crescita è guidata anche da **applicazioni vendute su altre piattaforme**.

Gartner fa notare che **Amazon** è uno degli esempi più lampanti di come store di terze parti rivestano un ruolo fondamentale in questa tendenza di mercato. L'Appstore di **Amazon** e l'App Center di **Facebook** potrebbero diventare dei potenti concorrenti, grazie alla forza del loro brand, anche se nel caso di Facebook l'utilizzo delle applicazioni è valido soltanto se integrato con il social network stesso.

Gli sviluppatori come possono **sfruttare questa tendenza**? Innanzitutto **creando applicazioni gratuite**, ma convincendo gli utenti ad **acquistare in seguito contenuti interessanti**.

Altro aspetto interessante è ovviamente la possibilità di sfruttare e **realizzare strategie di mobile marketing** per fare pubblicità online sviluppando cioè **campagne advertising** pensate specificamente per il mobile.

Fonte: pmiservizi.it

Il viaggiatore è mobile. E l'operatore turistico e gli enti di promozione turistica?

C'è ancora una netta discrepanza tra l'utilizzo di smartphone e tablet da parte dei cittadini per progettare le vacanze e l'offerta effettiva di agenzie e operatori turistici in termini di piattaforme mobile ben strutturate

Basta guardarsi attorno per capire quanto il **mobile stia prendendo piede nelle abitudini delle persone** (leggi anche l'articolo precedente).

Gli **smartphone** sono ormai un'appendice della nostra persona, mentre i **tablet** diventano **inseparabili compagni di viaggio durante i tragitti in treno o in autobus**. Google recentemente ha dichiarato che già i primi di luglio 2012, il 41% delle ricerche proveniva da un dispositivo mobile. Il dato è interessante già di per sé, segno che ormai **la tecnologia e l'essere sempre connessi sono una realtà sempre più diffusa**. Ancora più interessante è il dato relativo al settore turistico, con il 33% di ricerche di strutture ricettive e il 26% di pacchetti turistici ([dati: Tnooz.com](http://dati:Tnooz.com)).

Il mobile è il canale dell'ultimo minuto, della decisione presa quando si è in giro e, talvolta, anche in difficoltà, quindi dotarsi di un sito mobile o una web app facilmente usabile è un **passo certamente da compiere per un operatore turistico che voglia proporsi in maniera valida al turista**.

Come testimoniano i dati, le ricerche mobile stanno avendo una crescita esponenziale anche in altri settori, anche se il travel resta l'ambito maggiormente interessato dal fenomeno. IAB Europe ha pubblicato in questi giorni un [report sull'uso di Internet da parte degli italiani](#). In Italia, il

68% degli utenti intervistati dichiara di usare il web per farsi aiutare nella decisione di acquisto di pacchetti turistici e biglietti di treni e aerei (64%).

Le **imprese turistiche** ma anche **gli enti di promozione turistica** sono consapevoli di questa tendenza che si afferma ogni giorno di più?

A una prima ricerca **non sembra che siano in atto particolari strategie per il settore "mobile"**.

Sfruttato poco o niente la potenzialità di **Google Adwords** per gli annunci mobile, ad esempio, con il numero di telefono dell'ufficio del turismo nel titolo dell'annuncio, come fanno invece importanti catene alberghiere, permettendo all'utente di comporre il numero del call center con un clic. (vedi articolo sui servizi Google nell'edizione "Motori di ricerca")

Prendendo come riferimento i **siti istituzionali del turismo delle Regioni italiane**, i **risultati** di ricerca organica, rimandano a **siti web non sempre ottimizzati per il mobile**, cosa che fa perdere utenti e li fa rivolgere a operatori privati meglio posizionati in rete.

Qualche risultato in più si ottiene dalle **applicazioni create appositamente per smartphone**: un buon esempio, rilasciato proprio in questi giorni, è **l'app di Visit Trentino**. Operatori del settore turistico pubblici e privati, a parte qualche buona pratica, sembrano però ancora molto lontani dallo sfruttare pienamente tutte le potenzialità offerte dal mobile per accompagnare il turista dalla scelta della vacanza, fino al suo rientro a casa.

Fonte: egovnews.it

Indagine Nielsen: più connettività fa crescere l'e-commerce

"Come la connettività influenza lo shopping globale" è il titolo di uno studio pubblicato recentemente da Nielsen i cui risultati sono molto interessanti per comprendere le trasformazioni in corso sulle **prassi d'acquisto** dei consumatori, in seguito alla capillare **diffusione della rete**. Secondo la ricerca Nielsen (alla base dell'indagine vi sono le interviste rivolte a oltre **28.000 utenti Internet in 56 Paesi**), il livello di coinvolgimento negli acquirenti online dipende molto, dal tipo di prodotti che si acquistano ed è proprio riguardo alla categorie di prodotto che non mancano sorprese....

La **maggior novità** che emerge dall'indagine riguarda la **spesa quotidiana nel settore del Food & Beverage**: la propensione ad acquistare online prodotti di questo tipo risulta cresciuta del 44% in due anni, con oltre un quarto del campione (26%) che prevede di comprare alimenti e bevande, entro i prossimi sei mesi, collegandosi a Internet tramite computer, smartphone o tablet.

"Mentre i beni durevoli come l'abbigliamento, i libri e l'elettronica mostrano il livello più alto di propensione all'acquisto online", ha evidenziato **John Burbank, President Strategic Initiatives di Nielsen**, **"l'influenza di Internet per l'acquisto di beni di largo consumo è chiaramente in crescita"**. Chi si occupa di marketing, ha proseguito, **"dovrà necessariamente individuare chi si sta convertendo al digitale per la spesa quotidiana in modo tale da focalizzarsi sulla corretta tipologia di consumatore, utilizzando strategie digitali adeguate per migliorarne l'esperienza di acquisto online"**.

Altro dato interessante riguarda le molte attività collegate alla spesa quotidiana che gli utenti compiono in rete: il 61% degli intervistati ha dichiarato di fare ricerche legate alla spesa, per controllare prezzi o leggere recensioni dei consumatori, il 45% per avere informazioni su prodotti di genere alimentare, il 43% ha cercato offerte, il 33% ha letto le informazioni relative alle promozioni dei negozi, il 33% ha cercato buoni spesa, il 26% ha cercato il sito internet dei produttori, il 18% ha commentato prodotti attraverso i social media e l'11% ha usato una lista della spesa digitale. Sui dati relativi all'anno 2012, si sente la **forte incidenza dei nuovi device mobili, come smartphone e tablet** (vedi l'altro articolo dedicato all'argomento), che vanno stanno sempre più rapidamente sostituendo altre tipologie di dispositivi dotati di minori opzioni per gli utenti.

Quest'anno Nielsen ha rilevato che nel mondo una persona su cinque prevede di acquistare e-book, giornali o abbonamenti a riviste in formato digitale. Ciò mentre è calato dal 44% del 2010 all'attuale 33%, il mercato degli abbonamenti alle riviste e la vendita di libri in formato cartaceo.

Ma la lista delle categorie che hanno subito un **incremento** o comunque uno stimolo all'acquisto, grazie alla maggiore connettività sono **numerosissime**:

dai prodotti di cosmesi, passati dal 22%, a più del 25% ai **videogiochi** (+18%) e all' **hardware per computer** (+6%); dai **biglietti per spettacoli e intrattenimento** (+10%), a **video e musica** saliti di un più 5%; fino agli accessori per moto e auto che registrano un più 4%. In fondo alla graduatoria un +1% per **abbigliamento, accessori, scarpe e gioielli**; che riscontrano però già un tasso elevato nelle precedenti rilevazioni. In fine, è importante anche sottolineare che, secondo i dati raccolti da Nielsen, **il 46% degli intervistati ha usato i social network per informarsi e orientarsi** negli acquisti online. Inoltre, è aumentato anche il numero di coloro che dichiarano di acquistare frequentemente sugli e-store (il 37% degli intervistati).

La ricerca completa è [disponibile in download](#).

Fonti i-dome.com e Techeconomy.it

SICUREZZA INFORMATICA

Furto di identità: conoscerlo per prevenirlo

Il **furto di identità** ossia il furto dei propri dati personali e le conseguenti **possibili frodi informatiche** che ne derivano **possono colpire indistintamente** persone appartenenti a qualsiasi estrazione sociale e culturale ed avere molteplici forme.

La prima difesa è **l'autotutela del consumatore**.

Per questo **Adiconsum e Geri Hdp**, nell'ambito delle attività previste dall'Accordo siglato, hanno realizzato la **Guida al Furto d'Identità**, che ha lo scopo di informare e sensibilizzare i consumatori sui rischi e le tutele da adottare a difesa dei propri dati personali, in particolar modo nel momento in cui questi vengono trattati in Rete.

La guida si articola in **vari paragrafi**:

- le forme e le tipologie del furto di identità
- i modi in cui avvengono
- la legislazione
- la tutela
- le iniziative del sistema bancario
- le frodi informatiche.

La **Guida** contiene anche un **Decalogo** su come difendersi dallo spam e dai furti d'identità.

Fonte: Sito Adiconsum

Norton Cybercrime Report 2012: crimini informatici in crescita, nel mirino social e mobile.

Norton ha reso pubblici i risultati dello studio annuale **Norton Cybercrime Report** il cui scopo è comprendere il modo in cui i crimini informatici

influiscono sui consumatori e l'impatto dell'adozione e dell'evoluzione delle nuove tecnologie sulla sicurezza delle persone.

L'edizione 2012 dell'indagine, elaborata su un campione di oltre 13.000 adulti in 24 paesi, ha calcolato i costi diretti associati ai crimini informatici contro gli utenti consumer a livello mondiale, stimando un valore di 110 milioni di dollari negli ultimi 12 mesi.

I crimini informatici colpiscono ogni secondo 18 adulti per un totale di oltre un milione e mezzo di vittime al giorno in tutto il mondo causando una perdita media per vittima, in termini di costi diretti finanziari, pari a 197 dollari.

In Italia, secondo le stime, 8,9 milioni di persone sono rimaste vittime di crimini informatici negli ultimi dodici mesi, determinando perdite finanziarie dirette per 275€. Questa cifra equivale a una percentuale del 40% di adulti online che sono rimasti vittime di crimini informatici negli ultimi dodici mesi.

L'evoluzione dei crimini informatici

Lo studio di quest'anno mostra un incremento nelle "nuove" forme di crimini informatici rispetto all'anno scorso, con particolare riferimento a quelli perpetrati tramite social network o dispositivi mobili. In Italia circa il 17% degli adulti intervistati sono rimasti vittima di crimini informatici sui social network o tramite dispositivi mobili e il 33% degli utenti di social network ha subito crimini informatici, a dimostrazione del fatto che gli autori dei crimini informatici stanno iniziando a concentrare la propria attenzione su queste piattaforme sempre più popolari affinando tattiche e strategie.

La causa principale del propagarsi degli attacchi?

La causa risiede principalmente nello scarso ricorso a soluzioni di protezione delle minacce. Stando al rapporto di Norton, solo il 33% degli utenti italiani (la percentuale sale al 44% su scala globale), utilizza effettivamente un software in grado di assicurare la dovuta sicurezza dei propri dati e solo il 45% usa le impostazioni di privacy per controllare le informazioni che condivide con i propri contatti. Un altro campanello d'allarme è rappresentata dalle scarse precauzioni adottate in merito alle password: in Italia il 44% degli utenti (il 40% nei 24 Paesi oggetto dello studio) non utilizza password complesse o cambia le proprie parole chiave di frequente e più di un terzo non controlla che nel browser sia presente il simbolo del lucchetto prima di immettere online informazioni personali sensibili, come dati per l'accesso a sistemi bancari.

Il report 2012 indica inoltre che numerosi adulti online non sono consapevoli del modo in cui alcune delle forme più comuni di crimini informatici si sono evolute negli ultimi anni e hanno pertanto difficoltà a riconoscere come i malware, ad esempio i virus, agiscono sul loro computer. Di fatto, il 43% degli adulti non sa che il malware può operare in modo discreto, rendendo difficile stabilire se un computer è stato compromesso.

Accedi al [Norton Cybercrime Report 2012](#)

Fonti: [Digitaldocument.it](#) e [Sole24ore.com/tecnologie](#)

SITI, PORTALI, SOLUZIONI INTERNET PER LE IMPRESE

Avvio di attività e adempimenti amministrativi: le guide on line di Unioncamere Toscana

Unioncamere Toscana (Unione Regionale delle Camere di Commercio della Toscana), nell'ambito delle proprie attività di assistenza e ausilio alle imprese, mette a disposizione, sul proprio sito (www.tos.camcom.it), una sezione contenente una serie di interessanti **guide on line** finalizzate sia a fornire informazioni utili per **l'avvio di specifiche attività**, sia a favorire un approccio più agevole e consapevole agli **adempimenti amministrativi** collegati all'esistenza stessa di un'impresa e allo svolgimento della propria attività.

Si riportano qui di seguito i **link alle guide** ad oggi disponibili:

["Guida alla presentazione delle domande e delle denunce al Registro delle Imprese e al R.E.A."](#)

[Guida alle Attività degli Agenti e/o Rappresentanti di Commercio](#)

[Guida alle Attività degli Agenti e dei Mediatori d'Affari](#)

[Guida alle Attività di Mediatore Marittimo](#)

[Guida alle Attività di Spedizioniere](#)

[Guida al deposito dei bilanci](#)

[Guida alla comunicazione PEC](#)

Fonte: Unioncamere toscana

Regione Toscana: on line il Catalogo degli incentivi alle imprese

La Regione Toscana ha messo on line il "**catalogo degli incentivi alle imprese industriali, artigiane e turistiche**", una **panoramica** globale di tutti i tipi di **finanziamenti disponibili per le imprese**.

Redatto dalla Direzione generale Sviluppo Economico, il catalogo raccoglie tutte le informazioni sulle possibilità di accesso a fondi comunitari, statali e regionali per incentivarne così l'utilizzo.

Il catalogo, [consultabile on line sul sito della Regione Toscana](#), è organizzato per **schede**, una per ogni tipo di incentivo disponibile, vale a dire i finanziamenti previsti dai programmi europei (Por Creo 2007-13) per le quali è possibile presentare la domanda di agevolazione.

Le schede sono indicizzate in due modi: uno è basato **sulle forme di finanziamento** (contributi a fondo perduto, prestiti a tasso zero, prestiti a tasso agevolato, concessioni di garanzie) e l'altro **sui soggetti destinatari** (imprese artigiane, imprese cooperative, Pmi, grandi imprese, altri soggetti).

Le voci contenute in ogni singola scheda specificano innanzi tutto il piano o programma di riferimento e i soggetti beneficiari, le attività finanziate e i costi ammissibili, le forme di finanziamento e il massimo contributo erogabile. Seguono le procedure di erogazione, lo stato di attuazione del procedimento, la scadenza per la presentazione delle domande e le zone di intervento. Vengono infine fornite informazioni sui responsabili e i referenti del procedimento a cui ci si può rivolgere per saperne di più.

Gli incentivi alle imprese attivi (bandi aperti) sono consultabili sulla [Guida online incentivi imprese](#), disponibile sul sito della Regione Toscana.

E' possibile anche consultare le [Note a corredo \(formato PDF - dimensione 35 Kb\)](#) della Guida ed il [Catalogo di Orientamento \(formato PDF - dimensione 489 Kb\)](#) agli incentivi per le Imprese aggiornato al 13 giugno 2012.

On line sul sito dell'Agenzia delle Entrate la guida che illustra tutte le novità fiscali per i contribuenti

È disponibile, sul sito internet dell' [Agenzia delle Entrate](#), l'[Annuario del Contribuente 2012](#).

La [guida](#), già distribuita in versione cartacea (aggiornata al 30 aprile 2012) presso gli uffici territoriali, è disponibile anche nel **formato online**, i cui capitoli vengono **costantemente aggiornati** sulla base delle eventuali novità normative.

L'Annuario dell'Agenzia delle Entrate vuole essere un pratico **vademecum per i contribuenti**, per consentire a tutti di **orientarsi con facilità tra adempimenti e agevolazioni fiscali**, illustrati in modo semplice e con esempi e concreti.

Il volume 2012 tiene conto, in particolare, delle novità contenute nel decreto sulle **"semplificazioni tributarie"** e delle modifiche introdotte dal decreto "Salva Italia", quali, ad esempio:

- la nuova imposta municipale sugli immobili (**Imu**);
- il regime del bonus 36% per le ristrutturazioni;
- la proroga della detrazione del 55% sulle spese di riqualificazione energetica degli immobili.

Di seguito il link al quale è possibile trovare l'Annuario 2012 e tutti gli ulteriori [aggiornamenti normativi](#)

Google: non solo un motore di ricerca

Google è il popolare motore di ricerca ma esso offre anche numerosi servizi, sia gratuiti che a pagamento

Google è sicuramente il più noto ed utilizzato motore di ricerca a livello internazionale. Chi, frachinaviga su Internet, non l' ha utilizzato almeno una volta per effettuare una ricerca on line?

Però **Google non è solo un motore di ricerca**, è anche una grande azienda internazionale in grado di offrire **numerosi servizi agli utenti** di tutto il mondo.

Ecco qui un **elenco dei servizi gratuiti più popolari**:

- **Gmail**: il servizio di posta elettronica gratuito di Google. Possiede un'interfaccia intuitiva e consente la chat con altri utenti che possiedono un account Gmail;
- **Google Drive**: è un servizio che consente di conservare online i propri documenti e di dividerli. E' possibile condividere un file con un altro utente consentendogli di modificare il documento oppure consentendogli la sola lettura;
- **Google Maps**: è uno dei servizi più conosciuti di Google. Consente di consultare delle mappe online e di creare un itinerario a piedi, in macchina o con i mezzi pubblici. E' costantemente aggiornato e consente anche la visualizzazione delle località sotto forma di fotografie satellitari;
- **Youtube**: il popolare sito web è di proprietà di Google;
- **Google +**: è uno dei servizi più recenti di Google. Si tratta di un social media simile a Facebook e Twitter.

Google fornisce anche **due servizi di pubblicità online**:

- **Google Adwords**: si tratta del servizio **a pagamento** di Google che consente ai proprietari di siti web di effettuare delle campagne promozionali online volte all'aumento della popolarità e della visibilità del sito web. Le campagne adwords consentono di posizionare l'annuncio promozionale, sotto forma di un tradizionale risultato di ricerca, sopra ai risultati di ricerca non a pagamento per una determinata parola chiave. Il vantaggio di effettuare campagne pubblicitarie online tramite Google Adwords è dato dal fatto che la campagna può essere completamente monitorata sia dal punto di vista del budget (è possibile definire la spesa massima giornaliera) sia del pubblico a cui si rivolge l'annuncio. Nel caso in cui volesse realizzare la vostra prima campagna, potrete affidarvi a un esperto adwords competenti che sapranno impostare la campagna migliore, minimizzando i costi e massimizzando i risultati.
- **Google Adsense**: si tratta di un **servizio gratuito** di Google, che consente di ottenere una remunerazione ospitando la pubblicità all'interno dei propri siti web. Google collocherà nella posizione indicata i banner pubblicitari più affini alla tematica trattata dal sito web. La remunerazione è data dal numero di click ottenuti sull'annuncio per il ricavo per il singolo click (definito da Google) ma viene riconosciuta solo dopo il raggiungimento dei primi 70 euro di guadagno.

Fonte: articolo di [Giovanni Bianca](#), esperto di Business Intelligence

Sicurezza sul lavoro: on line documenti utili sul sito EU-OSHA.

Sul sito web dell'**EU-OSHA - Agenzia europea per la sicurezza e la salute sul lavoro** - vi è un'intera sezione – **E-facts** – grazie alla quale è possibile **scaricare liberamente materiale informativo** su diverse tematiche inerenti la sicurezza sul lavoro: prevenzione, valutazione dei rischi, buone prassi e molto altro ancora. Si tratta di materiale utilissimo per lavoratori, datori e operatori della sicurezza e salute sul lavoro.

Ad oggi contenente ben **52 documenti in Lingua Inglese ma anche in Italiano**, come, per citarne solo alcuni: *Manutenzione sicura di utensili portatili nel settore edile, Manutenzione sicura Industria alimentare e delle bevande, La promozione della salute nel settore dei trasporti, Attrezzature di lavoro, strumenti e addetti alle pulizie, Ambienti caldi nel settore alberghiero, della ristorazione e del catering.*

Come indicato sopra, vi è anche materiale in Lingua Inglese altrettanto interessante e sicuramente utile, anche in questo caso vi citiamo

(traducendoli) solo alcuni dei titoli presenti, come: *Tabacco: consigli per i datori di lavoro per creare un ambiente di lavoro senza fumo, Valutazione del rischio da esposizione ad agenti biologici, Valutazione dei rischi per parrucchieri, Prevenzione del rischio vibrazioni nel settore delle costruzioni.* Cliccando su ogni titolo è possibile leggere una breve introduzione, scaricare subito il formato PDF e visionare altre fonti e risorse correlate alla tematica del documento prescelto.

Link: [E-facts](#)

Fonte: PMI Servizi

I SITI PER TUTTI

Quinto Conto Energia: online la nuova sezione del portale web GSE (fonte Pmi.it)

Sul sito web GSE è online una nuova sezione dedicata al Quinto Conto Energia: tutti i dettagli su applicazione, meccanismi di incentivazione, richiesta incentivi, tariffe e costi.

Il Gestore dei Servizi Elettrici (GSE) ha messo online una sezione web dedicata al Quinto Conto Energia, in concomitanza con l'apertura dei termini per l'invio delle richieste di concessione delle tariffe incentivanti per gli impianti di produzione a fonti rinnovabili di tipo fotovoltaico.

La nuova sezione web del sito ufficiale del GSE riporta tutte le informazioni utili all'acquisizione delle agevolazioni.

In particolare, sono riportati in evidenza:

- Ambito di applicazione
- Accesso ai meccanismi di incentivazione
- Come richiedere gli incentivi
- Tariffe incentivanti
- Maggiorazioni delle tariffe
- Spese di istruttoria e oneri di gestione

Le nuove modalità di incentivazione al Fotovoltaico previste dal Quinto Conto Energia si applicano dal 27 agosto 2012, dopo il raggiungimento del tetto annuo di incentivi erogati di 6 miliardi di euro (Deliberazione AEEG 12 luglio 2012, 292/2012/r/efr) del Quarto Conto Energia.

Gli incentivi del Quinto Conto Energia si esauriranno dopo 30 giorni dal raggiungimenti del costo cumulato annuo di 6,7 miliardi di euro.

Nessuno stop, invece, per:

- piccoli impianti fotovoltaici, impianti fotovoltaici integrati con caratteristiche innovative e impianti a concentrazione in esercizio prima del 27 agosto 2012;
- grandi impianti iscritti in posizione utile nei Registri e che producono la certificazione di fine lavori entro 7 mesi (o 9 mesi per impianti di potenza superiore a 1 MW) dalla pubblicazione della graduatoria
- impianti su edifici e aree della PA, in esercizio entro il 31 dicembre 2012.

Questi e tutti gli altri approfondimenti su applicazione, meccanismi di incentivazione, richiesta incentivi, tariffe e costi sono pertanto chiaramente esposti nella sezione Quinto Conto Energia del portale web del GSE.

Fonte: pmi.it

APPUNTAMENTI

Convegno di presentazione della Ricerca dell'Osservatorio eCommerce B2c. Milano, 25 Ottobre 2012 - Politecnico di Milano, Campus Bovisa. Via Durando 10

Il 25 Ottobre si svolgerà il Convegno di presentazione dei risultati della Ricerca dell'Osservatorio eCommerce B2c promosso da Netcomm e dalla School of Management del Politecnico di Milano.

Durante il Convegno verranno presentati i risultati della nuova Ricerca, che analizza oltre 200 studi di caso, con l'obiettivo di:

- monitorare l'evoluzione del commercio elettronico in Italia, evidenziando il valore di mercato, i trend e i modelli di business di riferimento;
- discutere criticamente le opportunità di sviluppo dell'eCommerce B2c, sulla base dei dati raccolti e del confronto con i dati dello scenario internazionale;
- esplorare le frontiere del commercio elettronico, identificando e analizzando i fenomeni emergenti.

La presentazione dei risultati della Ricerca sarà seguita da una Tavola Rotonda a cui parteciperanno alcuni dei principali operatori dell'eCommerce B2c italiano.

Per maggiori informazioni e per iscriversi [clicca qui](#)

11° FORUM EXPO ICT SECURITY – Roma, 17 e 18 ottobre 2012

Si terrà a Roma, il 17 e 18 ottobre, il Forum ICT Security- *Sicurezza Logica Tecnologie del Futuro - Competenze, Strumenti, Operatività dei Responsabili della Sicurezza Informatica*, due giornate di taglio pratico ed operativo per scoprire soluzioni e strategie nel campo della sicurezza informatica.

Oltre all'area espositiva, il forum offre la possibilità di partecipare gratuitamente ad un ricco programma di convegni ed eventi (a disposizione dei visitatori sia il catalogo degli espositori che dei convegni)

Il Forum è rivolto a: *Manager, Direttori Generali, finanziari e d'acquisto, Amministratori delegati, Responsabili dei sistemi informatici, funzionari della Pubblica Amministrazione, SSP (Storage Service Provider) e Networking System Integrator.*

Sede dell'evento: Aurelia Convention Centre presso il Crowne Plaza di Via Aurelia

Tutte le info (come arrivare, elenco espositori, programma convegni) sono disponibili alla pagina web: http://www.tecnaeditrice.com/forumict12_presentazione.php

Per la presentazione dell'evento vedi : <http://www.assosicurezza.it/static/upload/docs/Forum%20ICT.pdf>.

