



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 10 del 29/10/2012

IN EVIDENZA

A Pisa si festeggiano i 25 anni del dominio .it

All'Internet Festival presentati i risultati dell'indagine sulle micro-imprese italiane, che mostra come il suffisso abbia aiutato la loro visibilità on-line

Venticinque anni fa nasceva a Pisa il primo dominio internet targato «.it» (fu il cruce.cnr.it). Per questa ricorrenza, il Registro «.it» - l'anagrafe dei domini italiani che opera all'interno dell'Istituto di informatica e telematica del Consiglio nazionale delle ricerche (Iit-Cnr) - ha commissionato un'indagine su come le **microimprese** (da uno a nove addetti) **usano Internet** e su come il **suffisso «.it»** abbia aiutato la loro **visibilità on-line**.

Dall'indagine (svolta dall'Istituto Pragma nel febbraio-marzo 2012 che ha coinvolto 1.500 aziende rappresentative di 4.317.859 realtà imprenditoriali italiane) emerge che il **71% delle micro-imprese con un nome a dominio ha scelto il «.it»**; il 77,2% del campione utilizza internet tutti i giorni e il 92,6% usa la posta elettronica; il 21,4% usa la rete per l'e-commerce, soprattutto per gli acquisti online (14,5%).

Solo il 62,7% delle aziende che usano il web ha però un proprio dominio e poco più del 9% è presente in Rete con più estensioni. Quale che sia la «targa» scelta («.it», .com, .eu) gli intervistati dichiarano di avere registrato il proprio nome per motivi di «visibilità»: «farsi conoscere» (63%), usare «gli indirizzi di posta personalizzati» (38,6%) e per «attività di comunicazione» (14%).

Secondo l'indagine dell'Istituto di informatica e telematica del Consiglio nazionale delle ricerche il **41% delle imprese che possiede un dominio «.it» lo ritiene essenziale** e il 26,8% dichiara di averlo scelto come simbolo di italianità e di averne ottenuto dei vantaggi.

«Il 41,7%, inoltre, sostiene infatti di aver aumentato la propria visibilità e ben il 41,2% ha registrato un incremento del business», commenta **Anna Vaccarelli**, responsabile relazioni esterne del Registro«.it», mentre per **Domenico Laforenza**, direttore dell'Iit-Cnr e del Registro«.it», *«in tempi di crisi, questi due segnali positivi sono indicativi di come in rete, con investimenti relativamente contenuti, ci siano ancora margini di aumento del proprio giro di affari»*.

L'indagine Pragma è stata illustrata all'**Internet Festival di Pisa**, venerdì 5 ottobre presso l'Aula magna della Scuola Superiore Sant'Anna. All'Internet Festival (sabato ore 15, aula magna Scuola Sant'Anna) sono stati anche presentati i vincitori della Startcup Registro«.it», competizione di idee aperta a giovani aspiranti imprenditori nel settore dell'Ict e delle tecnologie della telefonia mobile.

Per i 25 anni del Registro«.it», è stato creato il sito www.registro25.it, dove alcuni testimonial di eccezione raccontano perché hanno scelto il «.it»: dal nuotatore Luca Marin alla surfista Alessandra Sensini, dalla italdesign di Giorgetto Giugiaro all'Opera primaziale pisana, fino alla società Meridiana.

Fonte: *TMNews*

DonnaèWeb: talenti digitali al femminile. Torna il concorso per le professioniste della Rete

Torna per l'ottava edizione **DonnaèWeb**, il concorso che coinvolge le **professioniste del web e tutte le donne che utilizzano la Rete**, organizzato da TAG Gender Arts&Technologies con **CNA Toscana**. Un premio nato nel 2004, che ogni anno mette a confronto i migliori talenti digitali femminili, a cui si può **partecipare fino al 20 novembre**.

Il contest è aperto non solo a **professioniste e freelance che lavorano su Internet, ma anche a native digitali titolari di spazi web come blog o community**, alle **creative 2.0** che abbiano realizzato campagne viral, video, podcast. Possono partecipare anche le manager che utilizzano efficacemente il web per la comunicazione d'impresa o anche le titolari di un'attività innovativa che si svolge online, come chi realizza prodotti che poi vende attraverso la Rete.

I progetti più innovativi verranno presentati nell' **evento finale che si terrà a Pietrasanta**, la città d'arte toscana adagiata sulle colline della Versilia.

Dal 14 al 16 dicembre le finaliste daranno vita ad una manifestazione che sarà anche l'occasione per **fare il punto sulle tante reti femminili** che negli ultimi tempi si sono moltiplicate e, attraverso gruppi su facebook, movimenti, flash mob, video, incontri e raduni stanno facendo sentire sempre più la propria voce, una voce amplificata grazie soprattutto a internet.

Per informazioni e bando di concorso: http://donnaeweb.it/dew/?page_id=1129.

Publicato in Gazzetta Ufficiale il provvedimento Crescita 2.0: al via l'Agenda Digitale Italiana

Publicato sulla **Gazzetta Ufficiale del 19 ottobre 2012** il testo del Decreto Legge n. 179.

E' il provvedimento Crescita 2.0 che comprende i provvedimenti definiti come Agenda Digitale Italiana, quelli per le start-up e ulteriori misure per la crescita economica.

Per quanto riguarda l'Agenda Digitale, il DL stabilisce che l'Agenda digitale italiana, nel tempo, dovrà essere coordinata con quella europea e, in particolare, comprende provvedimenti per: Documento digitale unificato; Anagrafe unificata; Domicilio digitale del cittadino e obbligo di PEC per le imprese; Amministrazione digitale (open data); Biglietti di viaggio elettronici e sistemi di trasporto intelligente; Procedure digitali per acquisto di beni e servizi. Servizi e innovazioni per favorire l'Istruzione digitale; Misure per la Sanità digitale; Azzeramento del divario digitale (750 milioni per le infrastrutture a larga banda); Moneta e fatturazione elettronica; Giustizia digitale; Comunità intelligenti.

Per ulteriori approfondimenti: la [pagina dedicata del sito del Ministero dello Sviluppo Economico](#) e il [sito della Cabina di Regia](#) per

[l'Agenda Digitale Italiana \(ADI\)](#).

EVENTI/FIERE ICT

DIGITAL FASHION: Multicanalità, eCommerce e Customer Engagement per le aziende della Moda. Milano, 7 Novembre 2012 ore 14.30 – La Posteria, Via G. Sacchi 7

"DIGITAL FASHION: Multicanalità, eCommerce e Customer Engagement per le aziende della Moda". E' questo il titolo dell'evento il programma per il 7 novembre prossimo a Milano nell'ambito del quale Netcomm (Consorzio del commercio elettronico italiano) presenterà case histories di successo ed i risultati della propria ricerca che mira ad indagare il comportamento d'acquisto online dei consumatori con un approfondimento verticale riguardo il settore del Fashion.

L'obiettivo è evidenziare i cambiamenti in atto, analizzando l'influenza dell'online nelle vendite multicanale e nei canali tradizionali, l'efficacia della comunicazione

geo-referenziata ed il ruolo dell'offline nei processi di acquisto conclusi via web. Saranno analizzate anche, in dettaglio, le fasi pre e post vendita, le cui dinamiche sono decisive per la customer experience e quindi per il successo di un'attività di retail.

L'agenda dell'evento sarà a breve on line sul sito NetComm: www.conorzionetcomm.it.

La partecipazione all'evento è gratuita ma soggetta a registrazione e a conferma da parte della Segreteria di Netcomm.

Per maggiori informazioni sull'evento e sulle sponsorship disponibili contattare la Segreteria eventi@netcommservices.it.

Fonte: sito Netcomm

E-COMMERCE

Commercio elettronico: cosa fare per avere successo

Da un esperto del settore 10 consigli tratti da esperienze sul campo

In questo periodo di crisi globale dei mercati il **commercio elettronico** è uno dei pochi canali di vendita che non solo resiste ma è addirittura in **crescita**. Questo vale anche per il **nostro Paese** che, pur essendo in ritardo rispetto al resto dell'Europa, sta iniziando a presentare **numeri interessanti**:

- Il valore dell'e-commerce in Italia è di circa **10 miliardi di euro** (307 in Europa)

- gli acquirenti online (almeno un acquisto negli ultimi 12 mesi) sono **5,6 milioni**.

- I negozi online secondo la CCIAA di Milano sono **circa 6.000**

- il rapporto negozi/popolazione reale è circa 1:50 mentre il rapporto **negozi online/acquirenti online è 1:1000**.

L'**e-commerce** rappresenta quindi una **grande opportunità** in una situazione di crisi come quella attuale perchè questa forma di vendita consente ai consumatori di ricercare il prezzo più conveniente, perchè, soprattutto in certi settori la concorrenza è ancora modesta e soprattutto perchè un'attività di vendita on line può essere messa in piedi anche senza ricorrere a distributori internazionali e con risorse finanziarie contenute.

Questo non vuol però dire che un progetto di commercio elettronico possa essere avviato senza un **piano preciso** e senza porsi una serie di **domande essenziali**, quali:

- **da cosa devo partire?**

- **per fare e-commerce devo rivoluzionare la mia azienda ?**

- **come faccio a sapere se il mio progetto sta in piedi?**

- **cosa serve fare per aprire un negozio on line?**

- **come progettare un sito che sia visibile nei motori di ricerca?**

- **come posso promuovere il mio negozio on line?**

- **sono utili i social network?**

- **una volta messo in piedi, come faccio a gestire il negozio online ?**

- **come posso verificare se sto andando bene ?**

- **e se le risorse non sono sufficienti?**

A queste domande **MG NEWS** - webzine che si occupa di comunicazione digitale, marketing, nuove tecnologie, innovazione e ricerca - ha cercato di dare delle **risposte** tratte dall'esperienza "sul campo" del suo fondatore, **Marco De Alberti**, esperto e consulente di marketing di prestigiose imprese e giornalista pubblicitario di importanti testate, fra cui il Sole 24 Ore.

Le risposte rappresentano una sorta di "**guida**" **strategica** per chi fosse intenzionato ad implementare un'attività di commercio on line in maniera seria e ragionata, ma anche per chi ha già avviato un progetto di e-commerce e vuole ottimizzarlo. **Per leggerle CLICCA QUI**.

Fonte: MG News

E-GOVERNMENT

Nei giorni dell'Internet Festival di Pisa attivate 400 tessere sanitarie

Nei quattro giorni di **Internet Festival** a Pisa sono state **attivate circa 400 tessere sanitarie**.

Lo comunica ha comunicato **Stella Targetti**, vicepresidente di Regione Toscana, secondo cui *"anche questo dimostra la grande domanda di innovazione che esiste non solo fra le aziende ma anche nei singoli cittadini"*.

E' stata infatti Regione Toscana, all'interno del Festival, ad allestire uno spazio dedicato alla tessera sanitaria-carta nazionale dei servizi: **uno strumento** che, in distribuzione a tutti i cittadini toscani, **consente di accedere sia al "fascicolo sanitario elettronico" e sia ai servizi on-line offerti dalla Pubblica Amministrazione** (centrale, regionale e locale). L'affluenza nello stand regionale è stata elevata: circa duemila i contatti e, appunto, 400 le tessere sanitarie attivate.

Stella Targetti sottolinea anche l'importanza di Internet Festival. *"E' stato - dice - ciò che è il web, cioè un prodotto collettivo alla cui organizzazione hanno partecipato tanti soggetti diversi, dalle istituzioni locali al mondo della ricerca a quello delle imprese. Un successo caldo per la Toscana dell'innovazione"*.

Fonte: sito REGIONE TOSCANA

PORTALI UE

E' nato "Global Recalls Portal" per la sicurezza dei consumatori

Si chiama "**Global Recalls Portal**" (Portale globale dei richiami) ed è il **nuovo portale internazionale** sviluppato da **Unione Europea e i paesi dell'OCSE**, tra cui Stati Uniti, Australia e Canada, per far sapere a chiunque compri qualcosa quali sono quei **prodotti che non hanno rispettato i parametri** richiesti per la **sicurezza dei consumatori**.

I consumatori fanno i loro acquisti in misura crescente in una dimensione mondiale, **online e offline** e in un mercato globale **vogliono essere sicuri** che prodotti pericolosi non siano riusciti a passare attraverso le maglie della rete di controllo. Come possono sapere se il passeggino o la bicicletta fabbricati fuori dall'UE rispettano i requisiti europei e internazionali in tema di sicurezza?

Il nuovo portale consentirà alle **autorità** di tutto il mondo di **scambiare informazioni sui prodotti non sicuri** che sono stati ritirati dal mercato. **E i dati**, disponibili in un formato consultabile, contribuiranno a **migliorare la sicurezza dei consumatori** in tutto il mondo e ad **accrescere la loro consapevolezza e fiducia**.

Con un volume previsto di 3mila avvisi di richiami all'anno, **consumatori, imprese e autorità** avranno infatti **accesso ad un importante bacino di informazioni** sui prodotti che non hanno rispettato i parametri richiesti e che sono stati considerati non completamente sicuri da Unione europea, USA, Canada e Australia.

Per saperne di più:

[Global Recalls Portal](#) (in inglese).

Fonte: Sito webDipartimento delle Politiche Comunitarie

SOCIAL NETWORKS

Social media professionali: un'occasione mancata per le aziende italiane

Una recente **indagine** condotta da **Lundquist**, ha rilevato una **limitata la presenza delle principali realtà imprenditoriali nazionali sulle piattaforme di professional networking**, LinkedIn in particolare, con pagine non gestite attivamente e una scarsa attenzione alle potenzialità di recruiting e di accrescimento dell'online reputation.

Roberta Barbiero, esperta in Editoria e Comunicazione multimediale, in un interessante **articolo** pubblicato da **i-dome.com**, attraverso un'analisi dei risultati della ricerca, **evidenziale** sempre maggiori **potenzialità e gli strumenti** messi a disposizione delle imprese dalle piattaforme, facendo riflettere sul fatto che **per un'impresa, essere o non essere su una piattaforma di professional networking, può davvero fare la differenza**.

Per leggere l'articolo [clicca QUI](#).

Fonte: *i-dome.com*

Al via Innovitalia, il social network per chi fa ricerca

Il **Ministero degli Affari Esteri** e il **Ministero dell'Istruzione**, dell'Università e della Ricerca hanno dato vita a **Innovitalia.net**, il **social network dedicato ai ricercatori**.

La community, che punta a raccogliere i ricercatori italiani che operano nel nostro Paese e nel mondo, ha come **tema centrale "la globalizzazione"**, intesa come creazione e diffusione di conoscenza e di opportunità sociali e professionali. Come riportato sul sito ufficiale, *"la piattaforma intende costituire un'interpretazione del 'brain drain', comunemente definito 'fuga di cervelli', attraverso una lettura moderna della natura diasporica della comunità dei ricercatori italiani"*.

Il **social network Innovitalia.net** è ancora in fase "beta" e per accedervi è necessario inserire i propri dati, scegliere una password, indicare il luogo di residenza e attendere un invito via email. La community è aperta a tutti e accoglie le seguenti reti:

- scienze matematiche, fisiche, chimiche, della Terra, biologiche, mediche, agrarie, dell'ingegneria civile e architettura, industriale, scienze dell'antichità, storiche, giuridiche, economiche e politiche;
- Europa, Asia, Africa, Australia, Nord America, Centro/Sud America.

Le categorie presenti nel Forum sono associate a delle aree di interesse che sono state precedentemente selezionate in sede di registrazione del profilo. L'obiettivo, nel tempo, è quello di far gestire la rete dai ricercatori stessi, attraverso la creazione di profili con privilegi più alti, sulla base del numero di interazioni e di qualità dei contenuti riportati.

Oltre a essere una **banca dati** di esperienze di ricercatori sia in Italia sia all'estero, **il nuovo social network** ha l'ambizione di divenire **presto una piattaforma dove lanciare e raccogliere nuovi progetti con l'estero**, come la creazione di eventi e di contenuti, in **ottica social 2.0**. Gli utenti che si iscriveranno, sia come singoli ricercatori che come imprese, avranno la possibilità di creare **gruppi di discussione** e di progettazione in completa autonomia e su qualsiasi argomento inerente alle Reti trattate nel Forum. Infine, un **osservatorio permanente** promuoverà il coinvolgimento attivo attraverso analisi statistiche e formulazione di progetti di ricerca.

Ristoranti 2.0: social e mobile come leva competitiva

In un **interessantissimo articolo** pubblicato da **i-dome.com**, **Roberta Barbiero**, esperta specializzata in Editoria e Comunicazione multimediale, ci propone un'ampia e sorprendente **panoramica** delle **potenzialità e funzionalità** aggiuntive rese disponibili dalla **rete** e dall'innovazione tecnologica **per gli operatori della ristorazione**.

Nell'articolo vengono presentate molteplici modalità che i **soggetti del settore ristorazione** (ristoranti, self-service, tavole calde e fredde, fast-food, slow-food) possono adottare per **sfruttare la rete quale strumento di marketing** e quale leva per un **posizionamento competitivo nel mercato**.

Non mancano, in tal senso, esempi concreti di **esperienze di successo**, l'indicazione di **portali, communities, social networks d'interesse** nonché di **applicazioni web specifiche e database**

Link all'articolo: <http://www.i-dome.com/articolo/20758-Ristoranti-2-0-social-e-mobile-come-leva-competitiva.html>.

Fonte: *i-dome.com*

ULTIME DALL'UE

Lanciata dalla Commissione europea la European Cloud Computing Strategy

Con la recente adozione di una **specificata strategia**, la **Commissione europea** tenderà di facilitare una **rapida adozione del opportunità offerte dal cloud computing** in tutti i settori dell'economia, al fine di potenziare la crescita della produttività e dell'occupazione.

In particolare, questa nuova strategia, denominata **"Unleashing the Potential of Cloud Computing in Europe"**, è stata elaborata sulla base di un'analisi del contesto generale, dalla normativa alle attuali prospettive tecnologiche e attraverso un'ampia consultazione degli stakeholder, la Commissione europea ha deciso di adottare.

Il documento adottato **definisce le azioni più importanti e urgenti da adottare** e rappresenta un **impegno politico** per la Commissione, oltre che un invito rivolto a tutte le parti interessate a partecipare alla realizzazione di queste azioni.

Per maggiori informazioni: http://ec.europa.eu/information_society/activities/cloudcomputing/cloud_strategy/index_en.htm.

7° Programma Quadro - Area ICT—Information and Communication Technologies. Pubblicati due nuovi bandi

Sulla GUUE C 281 del 18 settembre è stato pubblicato un **invito a presentare proposte** nell'ambito del **7° Programma Quadro comunitario per la ricerca e lo sviluppo tecnologico- ICT** avente lo scopo di stimolare la competitività delle imprese europee per lo **sviluppo dell'ICT**.

In particolare, il bando riguarda la realizzazione di progetti relativi al programma specifico "cooperazione" nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

L'invito riguarda la realizzazione di progetti per le **seguenti aree tematiche d'intervento e obiettivi**:

Aree di intervento (Challenges) Obiettivi

Challenge 1: Pervasive and Trusted Network and Service ICT-2013.1.1 Future Networks Infrastructures

Challenge 3: Alternative Paths to Components and Systems ICT-2013.3.1 Nanoelectronics ICT-2013.3.2 Photonics

Challenge 4: Technologies for Digital Content and Languages ICT-2013.4.2 Scalable data analytics

Challenge 6: ICT for a Low Carbon Economy ICT-2013.6.1 Smart Energy Grids

Challenge 8: ICT for learning and Access to Cultural resources ICT-2013.8.2 Technology-enhanced learning

Future and Emerging Technologies ICT-2013.9.9 FET Flagship Initiatives (b)

Horizontal Actions ICT-2013.11.2 More efficient and affordable solutions for digital preservation developed and

validated against public sector needs through joint Pre-Commercial Procurement (PCP)

Il **budget** a disposizione per il bando è pari a 236,5 milioni di euro.

Le proposte progettuali devono essere inviate **entro il 16 aprile 2013**.

Tutte le informazioni sono disponibili alla pagina: <http://ec.europa.eu/research/participants/portal/page/cooperation?callIdentifier=FP7-ICT-2013-11>

Sulla GUUE C 285 del 21 settembre è stato poi pubblicato un **invito a presentare proposte** (FP7-ICT-2013-C) sempre nell'ambito **settore ICT** del programma specifico "Cooperazione". L'invito riguarda in particolare le **tecnologie emergenti nel settore dell'informazione e della comunicazione**.

Qui di seguito, nel dettaglio, tematiche ed obiettivi:

Area di intervento (Challenge) Obiettivi

Future and Emerging Technologies ICT-2013.9.1 FET-Open: Challenging current thinking

ICT-2013.9.2 High_Tech Research Intensive SME in FET research

ICT-2013.9.3 FET Young Explorers

ICT-2013.9.4 International Cooperation in FET research

Il **budget** a disposizione per il bando è pari a 50 milioni di euro.

Le proposte progettuali devono essere inviate **entro il 12 marzo 2013**.

Fonte: Cordis - Merlino

Debutta a Bruxelles OpenCoesione, portale italiano sugli interventi dei Fondi strutturali

E' stato presentato in questi giorni a Bruxelles dal Ministro per la coesione territoriale Fabrizio Barca "OpenCoesione", il primo portale nazionale sull'attuazione degli investimenti programmati nel ciclo 2007-2013 da Regioni e amministrazioni centrali dello Stato.

Grazie al portale www.opencoessione.gov.it i beneficiari delle politiche di coesione, ovvero i cittadini del nostro Paese, possono accedere alla "scatola" dei Fondi strutturali: Fondo sociale europeo, Fondo europeo per lo sviluppo regionale e Fondo per lo sviluppo e la coesione.

Il portale contiene dati monitorati al 31 dicembre 2011, che corrispondono a 467 mila progetti finanziati, 33,4 miliardi di euro di risorse nazionali ed europee, 14,4 miliardi di euro di pagamenti e 35 mila soggetti coinvolti. L'impiego delle risorse è analizzato e monitorato Regione per Regione, Comune per Comune e micro-intervento per micro-intervento.

OpenCoesione, che per la prima volta riunisce in modo organico e in un luogo unico dati che fino a ieri erano di assai difficile accesso, è rivolto ai cittadini che vogliono conoscere e capire di più. Non solo....ricercatori, giornalisti, responsabili del partenariato economico e sociale e di associazioni, pubblici amministratori locali potranno trovare materiale utilissimo per il proprio lavoro: mappe per la navigazione geografica, schede-intervento, statistiche e grafici dinamici.

Da luglio il portale ha ricevuto oltre 40 mila visite di cui circa 2 mila da fuori Italia. Opencoesione viene aggiornato ogni due mesi, e nuovi dati verranno pubblicati nei prossimi giorni.

Fonte: EuropaFacile

WEB MARKETING

E-mail marketing: come scrivere una newsletter per il cellulare?

Visti i trend di crescita del mobile in tutto il mondo, le aziende dovranno cominciare a interfacciarsi anche con

questa realtà per approntare i loro piani di comunicazione online integrata.

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** (dati di *Our Mobile Planet*).

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**.

La società di servizi eCircle ha stilato una serie di **best practices** per la realizzazione di **e-mail dedicate al mobile**. Le riportiamo qui di seguito:

Messaggi ottimizzati per tutti i dispositivi

Gli utenti consultano l'e-mail da diversi dispositivi: pc, tablet, smartphone. Per ognuno le esigenze di visualizzazione sono diverse, ragione per cui è necessario dare agli utenti la possibilità di scegliere in che formato (HTML, testuale o mobile) visualizzare l'e-mail nel momento in cui si iscrivono. Specialmente in quelle per mobile è sempre bene inserire anche il link alla visualizzazione su browser, che spesso ha funzionalità migliori rispetto all'applicazione per le e-mail.

Oggetto del messaggio

Da qualsiasi dispositivo venga visualizzata l'e-mail l'oggetto è importante, deve essere accattivante e spingere alla lettura. Per il mobile deve avere un'altra caratteristica, ovvero la lunghezza ridotta. Questo perché generalmente lo schermo di uno smartphone è piccolo e permette una visualizzazione solo parziale dell'oggetto.

Immagini ottimizzate

La risoluzione degli smartphone è mediamente 320x480, le immagini devono essere quindi ottimizzate per questo tipo di visualizzazione. I link interni devono essere distanziati affinché il clic sia agevole. Inoltre alcuni elementi del CSS non vengono letti da tutti i client di posta, per evitare di doverne creare troppe versioni diverse è meglio utilizzare quelli più diffusi.

Lasciate la scelta all'utente

L'utente web, potrebbe diventare un cliente, quindi bisogna rispettare le sue scelte. Far sempre attenzione a inviare l'e-mail nel formato scelto dal cliente e naturalmente far in modo di chiederglielo nel momento dell'iscrizione, pratica usata solo dal 20% delle aziende.

Informazioni adatte

I contenuti e le informazioni da inviare su mobile devono essere scelte meglio del normale, infatti il cellulare rimane sempre una sfera più privata del pc e ricevere i messaggi inutili è ancora più fastidioso. Inoltre qualsiasi attività si decida di spingere, deve essere attuabile dallo smartphone e in maniera semplice e immediata.

Spingere all'iscrizione

Dato che il mobile è molto diffuso per la navigazione del web è importante che sul sito sia in evidenza, anche nella versione mobile, la possibilità di iscriversi alla newsletter. Esistono dei software in grado di gestire le iscrizioni via sms, inserendo l'indirizzo e-mail direttamente nel database.

Verificare il funzionamento

Ogni volta che si diffonde un contenuto sul web è fondamentale testarlo per essere certi che sia visualizzabile da tutti, o quasi. Per l'e-mail marketing sul mobile ci si deve sempre accertare che l'oggetto sia chiaro e comprensibile, che le immagini siano posizionate, che il testo sia leggibile e che i link siano cliccabili e che funzionino in maniera corretta.

Fonte: WWW.EDIFLORIAN.COM e <http://news.pmiservizi.it>

PUBBLICAZIONI ON LINE

La realizzazione di siti internet: clausole commentate. Una pubblicazione on line della CCIAA di Torino

La **Camera di Commercio di Torino** ha pubblicato on line il testo "**La realizzazione di siti internet: clausole commentate**", realizzato in collaborazione con il Dipartimento di Informatica ed il Dipartimento di Giurisprudenza dell'Università degli Studi di Torino, che presenta le clausole inerenti ad alcuni fra i **più rilevanti aspetti del rapporto contrattuale tra Cliente e Fornitore**, relativo alla realizzazione di **siti internet**.

I **sei modelli** proposti, in particolare, **riguardano**:

1. la definizione degli aspetti essenziali del rapporto tra le parti e l'individuazione delle reciproche obbligazioni
2. le modalità di svolgimento del collaudo del sito realizzato
3. la regolazione dei rapporti tra le parti circa la proprietà intellettuale del sito
4. i servizi aggiuntivi di manutenzione e conduzione del sito
5. il corrispettivo dovuto al Fornitore
6. la clausola di mediazione.

All'interno del volume **le clausole sono corredate da note di commento** che ne illustrano il contenuto e gli effetti. La Camera di Torino specifica che i modelli di clausole presentati possono essere inseriti sia in contratti dotati di tutti gli elementi necessari, quindi anche di quelli economici, per la conclusione, sia in condizioni generali di contratto.

LINK al testo: "[La realizzazione di siti internet: clausole commentate](#)".

Fonte: *Camera di Commercio di Torino*

NOTIZIE DALLE CAMERE

Il manager dell'impresa turistica: networking, sostenibilità e nuove tecnologie per lo sviluppo turistico. Minimaster modulare. Camera di Commercio di Lucca. 9 Novembre 2012 – 26 Gennaio 2013

La **Camera di Commercio di Lucca** torna, con uno specifico progetto, sul fronte della **formazione manageriale destinata al settore turistico** e, nel segno, dei recenti cambiamenti legislativi, dei nuovi assets istituzionali e della nuova governance regionale e locale che si va configurando, intende offrire un efficace e valido supporto al lavoro quotidiano di imprenditori ed operatori che, a vario titolo, si impegnano nello sviluppo di questo importante comparto economico.

Il progetto, coniugando tradizione ed innovazione, intende coinvolgere **tutti gli operatori del comparto turistico: albergatori, affittacamere,**

titolari di agriturismi, di campeggi, di case-vacanze, di b&b, di stabilimenti balneari, guide turistiche, ristoratori etc.

Il progetto complessivo prevede la **realizzazione di due minimaster modulari di 80 ore ciascuno**:

"Networking, sostenibilità e nuove tecnologie per lo sviluppo turistico" il cui inizio è previsto per il **9 novembre 2012**

e

Management turistico e crescita della competitività per le imprese turistiche" che partirà a **febbraio 2013**.

Si anticipa e si evidenzia che nel **secondo minimaster - IV modulo** (dicembre 2012-gennaio 2013) sarà approfondito il tema delle **opportunità delle nuove tecnologie per il settore turistico: new media per il marketing turistico, sviluppo di piani di web marketing e di strategie "social media", mobilemarketing e geolocalizzazione, advertising on line e analytics, e-commerce e siti di booking per il turismo.**

Il calendario, i temi e i docenti dei minimaster, svolti con la collaborazione tecnico/scientifica di PROMO P.A. Fondazione, sono a disposizione nel dettaglio **sul sito della Camera di Commercio** nella sezione Corsi e Seminari (http://www.lu.camcom.it/corsi_elenco.php).

Per informazioni rivolgersi a:

CCIAA di Lucca - Servizio Sviluppo Imprenditoriale

Tel: 0583.976.674 /657/673 - e-mail: sviluppo.impreditoriale@lu.camcom.it

STUDI, RAPPORTI, ANALISI

Report Assintel 2012 su imprese IT in Italia: hardware in caduta libera, in controtendenza solo l'economia del digitale

Settore IT in decrescita nel 2012, i dati del report Assintel confermano tuttavia la crescita delle imprese che hanno scelto di sviluppare il proprio business sul Web.

È stato pubblicato il nuovo **Report 2012 Assintel** (Associazione Nazionale imprese ICT) sul mercato del software e dei servizi IT.

Il report registra un **netto calo di vendite nel settore** ma, allo stesso tempo, evidenzia **l'emergere, in controtendenza, di una nuova IT legata al mondo del Web, del Social, del Mobile, del Cloud**. Complessivamente, però, la media del mercato nel 2012 è in piena recessiva: -3,2%.

Il rapporto conferma che questa situazione riguarda l'Italia in maniera particolare mentre fuori dal nostro paese queste problematiche di decrescita non sono sentite in maniera univoca, anzi, addirittura la Germania registra un +4,1% e, fuori dall'Europa, Cina e Stati Uniti rispettivamente +16,9% e +2,8%.

A **soffrire maggiormente della crisi**, quest'anno, è stato soprattutto il **settore hardware** dove si registra un netto calo anche in termini economici ed un crollo delle vendite di dispositivi Netbook e PC Desktop; a fronte di tale calo si assiste però ad una **crescita** delle vendite di **tablet e dispositivi mobile**.

Anche l'ambito dei servizi IT registra un evidente segno negativo mentre **crece, anche se di pochi punti percentuale, il mercato software relativo** ai programmi per lo sviluppo del business e della sicurezza.

In direzione totalmente opposta vanno invece **le imprese del cosiddetto "nuovo IT"**, ovvero le imprese che hanno seguito la via del Web e dei social network puntando in particolare sul mobile marketing ed offrendo servizi tecnologici on line come **servizi cloud storage**, servizi di **consulenza online** e **virtualizzazione**.

Questa tipologia di imprese segna infatti una marcata linea di crescita favorita anche dal continuo, progressivo evolversi dell'economia digitale.

Leggi: [comunicato stampa Assintel](#)

Vai alle [slide navigabili del Report](#)

Guarda il [video su Youtube](#)

Fonte: *Pmiservizi, sito Assintel*

SICUREZZA INFORMATICA

Internet: corre in rete minaccia 'Zeus', virus si aggiorna e attacca tablet

Occhio alla saetta di 'Zeus' su tablet, personal computer e smartphone.

Il **virus informatico** che viene utilizzato per finalità criminali e furti di identità digitale, **si è modificato nel tempo**, aggiornando la propria capacità offensiva. Nel 2012 si registrano finora più di 66.000 casi, numeri che collocano l'Italia tra i paesi informatizzati più esposti all'attacco di Zeus, dopo India e Stati Uniti.

L'infezione arriva in diversi modi, il più classico è l'allegato 'appetibile' in email. Viene inviato in maniera randomica ma anche mirata, perché chi manda il messaggio di posta elettronica gli dà una forma che è di interesse per l'utente, ad esempio una fattura per un'azienda. Gli allegati nascondono in realtà un file eseguibile, che si annida ad esempio all'interno di un pdf. In altri casi, nell'email invece dell'allegato c'è l'indicazione di cliccare su un link a uno spazio web di interesse per l'utente. L'infezione avviene per il solo fatto che si è andati a navigare in quello spazio.

"Zeus è un crimeware. Una volta inoculato all'interno di un pc, consente di prendere il possesso della macchina", spiega all'Adnkronos Sergio Mariotti, direttore III Divisione del Servizio Polizia Postale e delle Comunicazioni. **"A quel punto -aggiunge- chi gestisce il malware (software) da remoto, è in grado di compiere una serie di operazioni a danno del titolare del pc: si va dal furto delle credenziali di autenticazione ai servizi on line (user e password, codici sicurezza ecc.), all'utilizzo del sistema informatico su cui è installato il malware per finalità illecite, come attacchi informatici ai danni di altri sistemi terzi"**.

Fonte: Adnkronos

Norton Cybercrime Repor: sotto attacco social e mobile

Norton ha reso pubblici i risultati dello studio annuale **Norton Cybercrime Report** il cui scopo è comprendere **in che modo 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 protezioni 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: AdnKronos e altre

Al via il progetto Polizia postale-Unicredit contro le truffe on line

Nel primo semestre del 2012 **le denunce** ricevute dalla Polizia **per illecito utilizzo di strumenti di home banking** e monetica sono **oltre 17.000** e circa un migliaio sono i soggetti individuati quali autori della truffa.

Sono alcuni dei dati emersi in merito al **fenomeno delle truffe on line**, sul quale **UniCredit e la Polizia Postale e delle Comunicazioni** hanno avviato un **progetto** finalizzato alla **sensibilizzazione della clientela** sui rischi connessi all'uso del web e alle **cautele da adottare** per operare in tutta sicurezza su internet.

In un recente incontro tenutosi presso la sede UniCredit di Roma, **la Polizia ha illustrato il panorama del crimeware informatico e le misure utili** per poter riconoscere e contrastare le frodi on-line.

Queste, in sintesi, **le regole da tenere a mente:**

- custodire le informazioni personali,
- avere password solide,
- non fornire informazioni riservate via mail,
- non installare materiale pirata,
- fare attenzione ai falsi messaggi che contengono richieste di aiuto, offerte imperdibili, richieste di dati personali o segnalazioni di virus.

"Abbiamo avviato questo percorso di formazione per contribuire a diffondere nel Paese la consapevolezza delle cautele da adottare quando si naviga on line, senza utilizzare toni allarmistici ma illustrando le azioni di monitoraggio che la Polizia di Stato e UniCredit compiono per consentire ai cittadini e alla clientela l'utilizzo di internet con tranquillità", ha affermato Mario Fiumara, deputy Regional Manager per il Centro di UniCredit. "I risultati fin qui ottenuti ci confortano. Nell'anno 2011 sono stati sventati il 99,33% di truffe on line".

Fonte: ADNKronos

