



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 12 del 29/12/2012

IN EVIDENZA

Per sviluppatori Web e operatori commerciali: il World Wide Web Consortium annuncia HTML5.

Il [World Wide Web Consortium \(W3C\)](#) ha pubblicato oggi la definizione completa delle specifiche [HTML5](#) e [Canvas 2D](#). Anche se non si tratta ancora di uno standard W3C, entrambe le specifiche possono definirsi oramai complete, consentendo quindi sia a chi opera in campo commerciale che agli sviluppatori Web di poter pianificare la creazione di nuovi servizi. HTML5 è la pietra angolare di Open Web Platform, un ambiente di sviluppo completo per applicazioni multiplatforma con accesso alle funzionalità dei dispositivi, video e animazioni, grafica, stili, tipografia e altri strumenti per la pubblicazione digitale, capacità di rete e molto altro. Il W3C ha anche annunciato le prime bozze di [HTML 5.1](#) e di [Canvas 2D, Level 2](#), una prima visione dei prossimi passi di standardizzazione. La comunità del W3C continua nell'espansione delle caratteristiche attuali di HTML e nello sviluppo di nuove caratteristiche, includendo estensioni complementari per l'accessibilità nativa di HTML, per le immagini responsive e per l'adaptive streaming. La pubblicazione ufficiale, dopo la fase di test ed implementazioni previste dal W3C, è attesa per la seconda metà del 2014.

Nel sito dell'ufficio italiano del W3C è presente la [traduzione ufficiale del comunicato stampa](#).

Fonte notizia: www.pionero.it

GARR-X: la piattaforma digitale per la ricerca italiana

Si chiama **GARR-X** ed è la prima **Next-Generation Network (NGN)** italiana dedicata alla condivisione delle conoscenze e delle informazioni tra le comunità scientifiche del paese.

Si tratta di un'**infrastruttura digitale integrata** realizzata dal Consortium GARR (CNR, ENEA, CRUI, INFN) **per sostenere la partecipazione dei centri di ricerca italiani ai progetti internazionali**. La rete - composta da ben 8.500 chilometri di fibra ottica - connette già 500 istituti di ricerca.

Obiettivo di GARR-X è garantire un accesso semplice e trasparente alle risorse di calcolo, storage, big data e ai servizi cloud a tutti i centri di ricerca italiani.

Al momento la rete connette circa 2,5 milioni di utenti, con un volume totale di traffico di oltre 85 Petabyte, registrato tra gennaio-ottobre 2012.

GARR-X è stata realizzata grazie alla collaborazione con i key player del panorama delle reti in Italia, tenendo conto delle necessità degli utenti (fabbisogno di banda, evoluzioni tecnologiche, ecc.).

Il passo successivo, ha ricordato Marco Pacetti, presidente del Consortium GARR, è realizzare "una 'vera' banda larga, capillarmente diffusa", che accompagni la comunità dell'**istruzione** e della **ricerca** italiana verso i traguardi di **Europa 2020**.

"La disponibilità di una vera Next Generation Network sarà un importante alleato per introdurre più Europa nel sistema italiano della ricerca e dell'innovazione - ovvero allineare la nostra programmazione, i nostri meccanismi ed i nostri strumenti a quelli europei", ha sottolineato il ministro dell'istruzione, Francesco Profumo durante la presentazione del progetto a Roma. "Per migliorare la nostra posizione in Europa è importante fare sistema, non solo a livello della Big Science, ma anche di tutte quelle realtà che si affacciano oggi all'utilizzo delle nuove tecnologie, in primo luogo le scuole".

Link al portale GARR-X: <http://www.garr.it/rete/garr-x>

Fonte: <http://www.fasi.biz/it>

E-GOVERNMENT

Sportello Unico Attività Produttive: in Toscana dal 1° gennaio 2013 le pratiche alla Asl si inoltrano on line

Avanza in modo spedito il **processo di semplificazione amministrativa** e di **dematerializzazione** voluto ed avviato dalla Regione in vari settori.

Dal 1° gennaio 2013 tutte le **comunicazioni relative alle attività istruttorie provenienti dagli SUAP** dei Comuni, ovvero tutte le **informazioni che riguardano l'insediamento e l'esercizio di attività produttive**, saranno ricevute dai Dipartimenti di Prevenzione delle Asl, in qualità di soggetti coinvolti nei procedimenti di competenza degli SUAP, attraverso le **modalità di "Interoperabilità di rete SUAP"**. Ciò in particolare avverrà attraverso il Sistema Informativo Sanitario per la Prevenzione Collettiva (**SISPC**).

Finora la trasmissione delle istanze in modalità telematica, tra gli enti coinvolti nei procedimenti SUAP, è avvenuta attraverso l'utilizzo della PEC.

Dal 1° gennaio il SISPC sostituirà questa modalità e **tutti i rapporti con le Asl**, per quanto riguarda l'inoltro telematico delle pratiche SUAP, **utilizzeranno la piattaforma SISPC**.

Lo Sportello Unico delle Attività Produttive è la struttura che si occupa del **rilascio delle autorizzazioni** e dello svolgimento di **tutte le procedure** necessarie per l'**esercizio di qualsiasi attività produttiva di beni e servizi**. Lo Sportello è un servizio informativo ed operativo che costituisce, per chi svolge attività imprenditoriale o intende svolgerla, l'unico punto di contatto con la Pubblica Amministrazione.

Allo SUAP ci si può rivolgere per tutte le necessità riguardanti la realizzazione, l'ampliamento, la localizzazione, la riconversione e la ristrutturazione di attività produttive.

Fonte: sito della Regione Toscana

PORTALI UE

La Commissione lancia il portale EU Skills Panorama per

La Commissione europea ha lanciato ufficialmente il **portale EU Skills Panorama**, un sito web che presenta informazioni quantitative e qualitative a breve e medio periodo **sull'offerta di competenze e capacità nel mondo del lavoro**.

Il Panorama, sulla base dei dati e delle previsioni elaborate a livello UE e di Stati membri, metterà in evidenza **le tipologie di lavoro più in crescita**, oltre

alle **occupazioni** caratterizzate da un elevato numero di **posti vacanti**.

Attualmente, ci sono circa **2 milioni di offerte di lavoro in tutta l'UE**, nonostante gli alti livelli di disoccupazione. Il sito contiene **informazioni** dettagliate **settore per settore** e **paese per paese**.

Il portale mostra come le occupazioni con più posti vacanti nell'UE sono attualmente quelle legate al mondo della **finanza** e ai **sales professionals**.

Altre carenze segnalate più di frequente riguardano *biologi, farmacisti, medici e professioni affini, infermieri, professionisti informatici ICT e ingegneri*.

Il sito indica che le più forti discrepanze tra competenze ed esigenze del mercato del lavoro esistono in Lituania, Bulgaria, Belgio, Ungheria e Irlanda,

mentre in Portogallo, Danimarca e Paesi Bassi la situazione è molto migliore.

La panoramica delle competenze nell'UE sarà **periodicamente aggiornata** con i dati più recenti.

Attualmente disponibile solo in inglese, il portale sarà presto accessibile anche nelle altre lingue ufficiali dell'Unione europea, italiano compreso.

Per maggiori informazioni: <http://euskills Panorama.ec.europa.eu/>

Fonte: Unioncamere Piemonte - sede di Bruxelles

SOLUZIONI INTERNET

Speedtest.net: una web application per testare 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 po' 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 perché 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.

Link: www.speedtest.net

Fonte: html.net

ULTIME DALL'UE

E-commerce: la Commissione europea vuol migliorare il sistema delle consegne e lancia una consultazione pubblica

La consultazione è finalizzata a capire come poter creare un mercato fluido della consegna dei pacchi in grado di affermare il sistema delle vendite online.

Dai dati rilevati dalla Commissione europea, risulta che **soltanto il 9%** dei consumatori Ue **acquista online merci provenienti da Paesi diversi dal proprio** e che sia i rivenditori sia i consumatori rilevano **carenze nei sistemi di consegna** delle merci ordinate: il 57% dei rivenditori online considera un ostacolo al commercio la consegna all'estero, il 47% dei consumatori la considera fonte di preoccupazione.

Tutto ciò mette in evidenza la **necessità** di un **sistema** efficiente di **consegna** e di **restituzione** al mittente.

Per questi motivi la Commissione europea ha adottato un **Libro verde** che lancia una **consultazione on line** sulla **consegna dei pacchi**

concentrandosi sulle **problematiche transfrontaliere** e sulle **esigenze del commercio elettronico**.

Il libro verde indica di fatto **tre linee** prioritarie d'intervento:

- migliorare in tutta l'Ue la comodità dei servizi di consegna per i consumatori e le Pmi;
- offrire ai consumatori e alle Pmi soluzioni di consegna più efficienti in termini di costi e tariffe;
- promuovere nei servizi di consegna una maggiore interoperabilità tra gli operatori (migliorando le modalità di collaborazione e la cooperazione) e con i rivenditori online, in particolare le Pmi.

La Commissione, attraverso la **consultazione** lanciata con il libro verde **raccolgerà informazioni** sullo stato attuale del mercato della consegna dei prodotti acquistati online e **individuerà gli ostacoli** che si frappongono alla creazione di un mercato paneuropeo integrato della consegna dei pacchi.

Alla luce delle informazioni raccolte, **saranno individuate le soluzioni** per stabilire un **iter fluido di consegna dei pacchi nell'Ue** al fine di sostenere la crescita del commercio elettronico.

La consultazione è **aperta fino al 15 febbraio 2013**.

Per partecipare [CLICCARE QUI](#)

L'Ue contro la pubblicità ingannevole: nuove regole su telemarketing e gioco online

Giro di vite dell'Unione europea contro la **pubblicità ingannevole**.

La Commissione europea sta infatti delineando una **serie di azioni** per contrastare le truffe e **proteggere meglio le imprese, i professionisti e le Ong** in tutta Europa dai commercianti disonesti che non rispettano le regole e utilizzano pratiche commerciali ingannevoli.

Bruxelles ha annunciato l'intenzione di **rinforzare la legislazione in vigore**, ovvero la direttiva 2006/114/CE per **vietare esplicitamente pratiche scorrette** e al tempo stesso **rafforzare l'applicazione della regole in casi di truffe transfrontaliere**.

In particolare le nuove regole riguarderanno la **pubblicità ingannevole su siti web e via e-mail** e il **telemarketing**.

Tra le pratiche scorrette più diffuse che la Ue intende contrastare c'è quella di inviare, anche per via telematica, moduli che invitano gli utenti ad aggiornare i propri dati mentre in realtà si firma per ottenere altri servizi (non richiesti) a pagamento. Ci sono poi richieste di pagamento mascherate da fatture per servizi che l'utente non ha mai richiesto oppure l'applicazione di prezzi molto elevati per servizi base quali la registrazione di un dominio web, ad esempio. *Si tratta – spiega Viviane Reding, Vicepresidente e commissario Ue per la giustizia – di truffe che ripetono uno schema comune: si inganna la vittima con pratiche scorrette convincendola da apporre la firma a un contratto dai prezzi esorbitanti e condizioni fuori dalle regole*”.

A questi provvedimenti si aggiungono quelli sulla **pubblicità del gioco d'azzardo online**. Poche settimane fa la Commissione ha presentato un **action plan sul gioco online** in cui sono illustrate tre priorità d'azione (**vedi articolo n. di novembre della Newsletter**).

I primi punti del programma sono inequivocabili: maggiore protezione dei consumatori; sviluppo di una pubblicità responsabile sui giochi d'azzardo; prevenzione e lotta all'alterazione di eventi sportivi (ai fini delle scommesse).

In Italia le nuove regole saranno riprese dal regolamento attuativo del Decreto sanità firmato da Renato Balduzzi, che contiene le nuove norme per contrastare le patologie da gioco d'azzardo.

Fonte: Informa

Vendite online nel mirino dell'Ue: oltre il 75% dei siti non è regolare. La maggior parte dei siti compresi nell'indagine risultata non conforme alla normativa europea

A seguito dell'indagine UE le autorità nazionali degli Stati membri hanno avviato contatti con le imprese interessate imponendo la messa a norma dei siti irregolari

L'Unione Europea ha condotto un'indagine su **333 siti web e-commerce** (giochi, libri, video e musica) dei 27 Stati UE al fine di **verificare l'adeguamento alle norme europee che tutelano i consumatori**.

Su 333 siti web, **254 sono stati posti sotto osservazione**, ovvero hanno richiesto ulteriori indagini che hanno portato le autorità nazionali a contattare le imprese referenti chiedendo loro di fornire chiarimenti o di rettificare i loro siti web.

Qualora non dovessero ottenere risposte adeguate “... si inizierebbe un'azione legale seguita da sanzioni pecuniarie o addirittura dalla chiusura obbligatoria dei siti web”.

Dall'indagine a tappeto sono emersi come principali **i problemi relativi alla mancanza di trasparenza**, nello specifico:

1. clausole inique, cioè clausole contrattuali che non consentono di esercitare a pieno i diritti del consumatore. Ben 230 siti web di quelli esaminati (il 69%)

contiene clausole ritenute inique, ad esempio, i) clausole che escludono la responsabilità del commerciante in caso di danni al computer del consumatore a

seguito di un download, ii) clausole che escludono o ostacolano il diritto dei consumatori a cercare riparazione legale o altre forme di riparazione o rendono

difficilissimo l'accedervi, ovvero iii) clausole che privano i consumatori del diritto di ricevere un nuovo prodotto o di chiedere il rimborso se il prodotto scaricato non

funziona;

- **2. diritto di recesso**. A causa della natura dei download (commercio elettronico diretto), il consumatore perde il diritto di recesso dal contratto quando lo scaricamento è iniziato con l'accordo del consumatore. In altri termini, il prodotto scaricato non può essere restituito; i commercianti sono però tenuti ad informare i consumatori di questo fatto precedentemente all'acquisto. Ebbene, 141 siti web fra quelli controllati (il 42%) non fornivano questa informazione

- **3. mancanza di informazioni sull'identità e l'indirizzo del commerciante**. I commercianti sono obbligati a indicare la loro identità, il loro indirizzo geografico e la loro mail sul loro sito web per consentire ai consumatori di contattarli ove necessario. 121 siti web (36%) non indicavano queste informazioni essenziali.

I risultati dell'indagine evidenziano come l'azienda che vuole sviluppare il proprio business on line non possa prescindere dalle persone/consumatori e dai loro diritti.

Trasparenza, correttezza, affidabilità sono i **tre concetti chiave** che devono ispirare ogni attività on line, soprattutto laddove si parla di **e-commerce**. Perché l'acquisto è una cosa seria, sempre.

E non devono essere certo le sanzioni pecuniarie o la chiusura obbligatoria del sito web disposta dalla Commissione europea a ricordarcelo...

Per leggere tutti i dettagli dell'indagine a tappeto:

http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweeps_en.htm

Tutti gli aggiornamenti sono disponibili su Twitter: https://twitter.com/EU_Consumer

Programma "Media 2007 - digitalizzazione delle sale cinematografiche": pubblicato un bando

Nella GUUE 377 del 7 dicembre 2012 è stato pubblicato l'invito a presentare proposte **EACEA/39/12** per il **sostegno alla digitalizzazione dei cinema europei** a valere sul programma **Media 2007 - Sviluppo, distribuzione, promozione e formazione**.

L'invito è rivolto alle **sale cinematografiche di prima visione** che presentino nella loro programmazione film europei in prima visione, nel termine massimo dei dodici mesi successivi all'uscita nazionale).

Sono **finanziati i costi indiretti associati all'acquisto di proiettori digitali** (un proiettore per schermo per un massimo di 3 schermi per ogni cinema); per costi indiretti si intende qualsiasi costo relativo alla transizione digitale delle sale cinematografiche europee, eccezion fatta per il costo del proiettore digitale e del server. La sovvenzione non supera i 20.000 euro.

Il termine ultimo per l'invio delle candidature è fissato al **31 gennaio 2013** (farà fede la data del timbro postale).

Le candidature devono essere inviate al seguente indirizzo:

Agenzia esecutiva per l'educazione, gli audiovisivi e la cultura (EACEA)

Media Unit

BOUR 3/66
Avenue du Bourget/Bourgetlaan 1
1140 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË

La Commissione europea definisce l'elenco delle "cose da fare" in campo digitale: le nuove priorità digitali per il 2013-2014

Il 18 dicembre la Commissione europea ha adottato **sette nuove priorità per l'economia e la società digitali**.

L'economia digitale sta crescendo sette volte più velocemente rispetto al resto dell'economia, ma attualmente il suo **potenziale è ostacolato da un quadro strategico disomogeneo** a livello paneuropeo. Le nuove priorità fissate dalla Commissione seguono una **politica globale di revisione** e pongono nuova enfasi sugli elementi più trasformativi dell'[Agenda digitale europea](#) del 2010.

Neelie Kroes, Vicepresidente della Commissione europea, ha dichiarato che il 2013 sarà l'anno più intenso per l'Agenda digitale e che le sue priorità assolute sono "aumentare gli investimenti nella banda larga e massimizzare il contributo del settore digitale per la ripresa dell'Europa". La **piena attuazione della suddetta Agenda digitale** aggiornata **aumenterebbe il PIL europeo del 5%**, ovvero di 1500 EUR/persona, nei prossimi otto anni, attraverso un aumento degli investimenti nelle TIC, il miglioramento del livello di competenze digitali della forza lavoro, l'innovazione nel settore pubblico e la riforma delle condizioni di base per l'economia di internet.

In termini di impiego, senza un'azione a livello paneuropeo, da qui al 2015 rischiano di rimanere vacanti fino a un milione di posti di lavoro in ambito digitale mentre, attraverso la costruzione di infrastrutture, **potrebbero essere creati 1,2 milioni di posti di lavoro**.

A lungo termine ciò porterebbe alla creazione di **3,8 milioni di nuovi posti di lavoro** in tutti i settori dell'economia.

Le nuove priorità sono:

1. Creare un nuovo contesto normativo stabile per la banda larga
2. Nuove infrastrutture per servizi digitali pubblici attraverso il [Meccanismo per collegare l'Europa](#)
3. Avviare una grande coalizione sulle competenze e i posti di lavoro in ambito digitale
4. Proporre una strategia e una direttiva UE in materia di sicurezza informatica
5. Aggiornamento del quadro UE relativo ai diritti d'autore
6. Accelerare il "cloud computing" attraverso il potere d'acquisto del settore pubblico
7. Avviare una nuova strategia industriale per l'elettronica

Per **informazioni più approfondite e dettagli** sulle singole priorità rimandiamo al **Comunicato Stampa della Commissione**, fonte della notizia

LINK: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1389_it.htm

Infoday sul Programma europeo "ICT Policy Support"

Si terrà martedì 15 gennaio 2013 a Bruxelles (Charlemagne Building – Rue de la Loi 170 - B-1040 Bruxelles) una giornata di informazione sulla settimana Call for Proposals per il Programma ICT Policy Support.

Il sistema di registrazione elaborato dagli organizzatori consentirà di rendere pubblico il proprio profilo, per fornire collegamenti e per caricare documenti, oltre che per contattare altre persone che si siano registrati a questa Conferenza.

Per maggiori informazioni:

<https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/ict-policy-support-programme-events-and-activities-calendar>

WEB MARKETING

Psicologia della persuasione on line: una "illuminante" intervista di "PMI servizi" a Nathalie Nahai

Nathalie Nahai ci spiega cosa si intende per psicologia del Web e quali sono le tecniche di persuasione online per raggiungere più utenti possibile

PMI Servizi ha intervistato **Nathalie Nahai**, psicologa del Web e autrice di un interessante libro sulle tecniche di **persuasione online**, dal titolo "[Webs of Influence: The Psychology of Online Persuasion](#)". A lei è stato chiesto cosa si intende per psicologia del Web e quali sono le tecniche di persuasione che gli addetti ai lavori possono sfruttare per comprendere cosa pensano gli utenti e come utilizzare in maniera proattiva il Web e la presenza dei social media. L'intervista, tradotta in italiano, è disponibile alla pagina web:

<http://news.pmiservizi.it/approfondimenti/internet-approfondimenti/persuasione-online-intervista-nahai.html>

Tutte le strade del web marketing portano al blog.....

E' ormai una verità diffusa: **per un'azienda avere un proprio blog è molto importante** perché consente di garantire una **maggior visibilità on line**. Si dice infatti che se il sito è la porta dell'attività dell'azienda, il blog ne rappresenta tutte le sue finestre

PMI Servizi, rifacendosi ad un recente articolo del Search Engine Journal, propone un **interessante approfondimento** sul perché i blog sono così importanti e offre un'utile analisi delle migliori strategie di blogging, ovvero su **come realizzare e popolare il proprio blog nel 2013**.

Per leggere l'approfondimento [clicca QUI](#)

Cinque tipi di contenuti web che convertono

Esistono alcuni specifici contenuti del web che le aziende usano poco ma che gli utenti amano particolarmente e andrebbero quindi implementati

PMIServizi, fra le ultime notizie, ha evidenziato la recente pubblicazione su [marketingland.com](#) di un interessante articolo di **Arnie Kuenn** che

riguarda **cinque tipi di contenuti per il web che attirano utenti**, ma che vengono **spesso sottovalutati da chi invece gestisce i siti**.

Tali contenuti scaturiscono da alcune domande che è necessario porsi nel momento in cui decidiamo di promuoverci e di vendere tramite il web:

- Cosa chiede il nostro pubblico riguardo ai prodotti/servizi che offriamo?
- Quali informazioni possiamo dare ai Clienti per rendere la nostra attività leader del mercato di riferimento?

Di quali contenuti ha bisogno il nostro target per prendere una decisione?

Una volta raccolte queste informazioni è possibile **creare dei contenuti ad hoc** trovando però la forma più adatta per proporli.

Le **cinque tipologie di contenuto amate dal pubblico**, ma spesso trascurate o addirittura evitate dalle aziende sono:

-i prezzi

-i confronti

-le guide

-le interviste

-i video

PMIServizi.it, sintetizza efficacemente quello che Arnie Kuen, nel suo articolo, scrive rispetto a motivi e modi per curare questi contenuti che sono davvero importanti per andare incontro alle aspettative degli utenti e favorire quindi, ovviamente, l'acquisto.

Leggi l'articolo su PMIServizi cliccando [QUI](#).

Fonte: PMIServizi

NOTIZIE DALLE CAMERE

E' nato F.I.L.O., nuovo portale integrato del sistema camerale per la formazione, l'imprenditorialità, il lavoro e l'orientamento

E' on line, dagli inizi di novembre, **FILO**, un nuovo **Portale** legato al **progetto "Scuola elevata al lavoro"**, lanciato da [Unioncamere](#) e realizzato insieme con **50 Camere di Commercio** per promuovere l'orientamento scolastico-professionale e l'alternanza scuola-

Il portale Filo, per la prima volta, rende disponibile su tutto il territorio nazionale, da un unico punto d'accesso, e con una sorta di "vetrina integrata", **tutta l'offerta (nazionale e locale) del sistema camerale in materia di formazione, imprenditorialità, lavoro e orientamento.**

FILO è, nella pratica, la piattaforma delle opportunità per gli *studenti*, le loro *famiglie*, le *persone in cerca di lavoro*, gli *imprenditori* e *aspiranti imprenditori*.

In **FILO** sono raccolte e organizzate **tutte le informazioni sulle iniziative di**

- FORMAZIONE, ALTERNANZA STAGE E TIROCINI
- IMPRENDITORIALITA'
- SOSTEGNO AL LAVORO
- ORIENTAMENTO

realizzate dal Sistema Camerale per migliorare e rendere più stretto il collegamento tra i vari canali formativi e le esigenze delle imprese, valorizzare il capitale umano nei mercati del lavoro locali.

Navigare **FILO** consente integrazioni, collegamenti, connessioni per sapere quali sono e dove si trovano i servizi **per conoscere**

- COSA OFFRE IL MERCATO
- COME CI SI PUO' FORMARE
- COSA OCCORRE FARE PER LAVORARE
- COME FARE IMPRESA

Per accedere ai servizi di FILO: www.filo.unioncamere.it

Contatti: redazionefilo@unioncamere.it

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

Regione Toscana e Sistema Camerale Toscano insieme per snellire le procedure di composizione delle Commissioni. Oltre 380 nominativi su www.tos.camcom.it/Degustatori

Regione Toscana e Sistema camerale toscano procedono verso una **più funzionale gestione delle procedure per la certificazione dei vini a denominazione d'origine**. Grazie al nuovo [sito web](#) è adesso possibile **consultare online** i dati di oltre **380 iscritti Tecnici ed Esperti degustatori dei vini** a denominazione d'origine delle Toscana.

Gli Organismi di controllo (OdC) autorizzati sovrintendono al processo di certificazione dei vini a denominazione di origine (D.O.), vigilando sull'intera filiera produttiva, anche attraverso l'esame chimico-fisico e la valutazione organolettica di campioni delle partite di vino per le quali viene rivendicata la tutela della D.O. Le Commissioni di degustazione sono composte da **Tecnici ed Esperti degustatori** che valutano il rispetto dei requisiti del disciplinare della DO, i cui nominativi sono raccolti in un elenco regionale. **Le Camere di Commercio** sono state recentemente delegate dalla **Regione Toscana** alla tenuta e all'aggiornamento di questo **elenco**, che la Regione pubblica annualmente sul proprio Bollettino Ufficiale (BURT).

Infatti il DM 11/11/2011, recante la nuova disciplina degli esami analitici per i vini DOP e IGP, degli esami organolettici e dell'attività delle commissioni di degustazione per i vini DOP e del relativo finanziamento, stabilisce nuovi criteri per la formazione degli elenchi dei tecnici degustatori e degli esperti; questi sono istituiti presso le Regioni interessate alla produzione dei vini a DOCG e DOC e la loro tenuta può essere delegata alle Camere di Commercio.

La Giunta Regionale Toscana, con Deliberazione del 27/12/2011 n. 1251, pubblicatanel BURT del 18/01/2012 n. 3, ha stabilito di **avvalersi delle Camere di Commercio per la tenuta degli elenchi in questione**, che sono articolati a livello provinciale anche se gli iscritti possono esercitare la propria attività per tutti i vini a DO ricadenti sul territorio della Regione. Gli elenchi sono resi disponibili ai Presidenti delle commissioni di degustazione per i vini delle DOP dislocate in Toscana ed utilizzati al momento di procedere, d'intesa con il Segretario delle stesse Commissioni, alla costituzione delle commissioni per l'esame organolettico dei vini.

Fonte: Unioncamere Toscana

STUDI, RAPPORTI, ANALISI

L'uso dei social media nelle aziende italiane. Una ricerca "ad hoc" per capirne gli aspetti.

Sono stati presentati i risultati dello studio **"Social Media Effectiveness Use Assessment"**, un interessantelavoro di analisi condotta da Andrea

Albanese (docente per il modulo corporate del master in "Social Network Influence Design" del Politecnico di Milano) fra il luglio ed il novembre di quest'anno su un campione di più di 3.500 utenti in oltre 2.800 aziende diverse.

Questo studio, oltre che investigare sull' **attuale panorama dei social network** all'interno delle aziende italiane ha evidenziato anche la **classifica dei social più graditi dagli utenti** e di quelle che sono **le attività e gli obiettivi che ci si aspetta** dal loro utilizzo.

La ricerca ha portato alla luce **dati estremamente interessanti** della realtà attuale del **connubio social e business** e del concreto utilizzo dei social media.

Dai dati emersi risulta che nella maggior parte dei casi la gestione dei social media in azienda viene affidato massimo a due persone che gestiscono l'attività, mentre nel 36% dei casi le aziende stanno appena iniziando a comprendere i reali benefici dei social. Più nel dettaglio possiamo dire che **la gestione dei social network viene affidata generalmente a 1-2 persone nel 56,18% dei casi; dalle 3 alle 5 persone nel 14%, dalle 6 alle 10 nel 3,44%, e oltre 10 persone nel 4,17%**. Mentre nel 21% dei casi nessuna risorsa viene assegnata all'attività di social media. Ma quali sono i **risultati auspicati per un'azienda che fa utilizzo di social media**?

Sicuramente la **valorizzazione del brand**, il **potenziamento della propria comunicazione**, la **creazione di una community** e dunque **l'aumento della brand awareness** nei confronti del prodotto.

Inoltre la ricerca evidenzia anche **gli strumenti maggiormente utilizzati per l'attività di gestione dei social network**, ai primi posti in classifica troviamo il pc o computer portatile, si stabilisce poi l'uso degli smartphone, mentre il tablet risulta essere usato ancora poco, ai fini aziendali.

Per monitorare l'andamento del social media marketing i **sistemi maggiormente graditi** risultano essere i **Google Analytics**, seguiti da **Youtube Insight**, **Facebook Insight** e **Twitter Counter**.

Concludendo, oltre ad un corretto utilizzo dei social network ai fini aziendali, **quali sono i social più graditi dagli utenti?**

La classifica vede in testa Youtube seguito da **LinkedIn, Twitter e Facebook**, anche se è opportuno constatare come altri social negli ultimi anni stiano prendendo sempre più piede sul mercato, come SlideShare, Pinterest e Flickr.

Maggiori dettagli sulla ricerca sono disponibili alla pagina web:

http://www.snid.eu/2012/12/6884/?goback=%2Egmp_579%2Egde_579_member_194223655

Fonti della notizia: <http://lampadinalab.wordpress.com/> e www.snid.eu

eCommerce: solo il 29% delle aziende italiane investe in un negozio elettronico

Nel corso della terza edizione dell'evento "**e-commerce Power**", **Business International** ha presentato i risultati dell'indagine "**E-Commerce: Scenari, Trend, Limiti ed Opportunità**", che, attraverso il coinvolgimento di **200 aziende italiane**, si è posta l'obiettivo di evidenziare la propensione e la familiarità delle imprese italiane verso il **commercio elettronico** per arrivare ad indicare, nel concreto, i trend e le nuove sfide strategiche del 2013 ed individuare i possibili strumenti per diminuire le barriere all'acquisto on line nonché i fattori per accelerare il pieno sviluppo dell'e-commerce nei prossimi anni.

Lo scenario emerso dalla survey presenta luci ed ombre.

L'aspetto positivo è rappresentato dal fatto che, nonostante il negozio fisico risulta essere ancora il canale di vendita preferito dalle aziende (**74%**), **il commercio on line si va sempre più affermando** attraverso le sue molteplici forme: **Web in primis (nel 58% dei casi)- Channel Shop (13%), Social Network (12%) e Mobile (9%)**.

Il dato negativo è che solo il **29%** delle aziende possiede ed utilizza un negozio elettronico ("**Users**"). Non solo: fra le aziende invece che ancora non si sono dotate di un sito web per la vendita on line, il **34% non ha intenzione di provvedere nel futuro** ("**Never Users**"); il **37% ha in programma di allestirne uno**, ma non prima di **3 anni** ("**Next Users**").

Tra i **Never Users**, l'82% ha dichiarato di non utilizzare né di voler utilizzare l'e-Commerce perché non lo ritiene adatto e proficuo per la propria tipologia di business. In realtà in alcuni di questi casi si è rilevata una limitata conoscenza delle potenzialità e delle opportunità attualmente offerti dall'e-commerce potenzialità, così come dalla scarsa attitudine al confronto con realtà estere.

Per quanto riguarda i **Next Users**, nell'80% dei casi la decisione di utilizzare il commercio elettronico nel futuro, è legata all'obiettivo di raggiungere particolari target di mercato; altra finalità legata al futuro utilizzo del retail on line, è quello di incrementare la propensione all'acquisto e diminuire i costi di struttura, promozione e rappresentanza.

In questa categoria emerge quindi la percezione dell'e-Commerce quale strumento capace di ampliare il mercato di riferimento, ovvero di raggiungere una clientela diversa e comunque più vasta rispetto a quella coinvolgibile con i metodi più tradizionali.

Infine, in merito agli Users, si evidenzia un **allineamento** con la categoria dei **Next Users**, in termini di **percezione dei benefici "chiave" generati dall'e-Commerce**, che vengono anche in questo caso individuati nel raggiungimento di particolari target di mercato (67%) e, a seguire, nella riduzione dei costi di struttura e promozione (62%).

Nella pratica, il canale della vendita on line viene visto come quello che, consentendo di abbattere i costi tradizionali legati alla vendita off line, permette l'applicazione di prezzi ridotti rendendo i prodotti più competitivi con conseguenti maggiori guadagni per l'azienda.

Tra i principali ostacoli all'utilizzo dell'e-commerce **incontrati dagli Users**, si evidenzia la **difficoltà a convertire i visitatori in clienti**, difficoltà legata principalmente ai **timori** ancora esistenti fra i consumatori nei confronti delle forme di pagamento on line, delle garanzie di qualità sul prodotto nonché sulle eventuali problematiche legate alla spedizione e all'assistenza post-vendita (67%).

Per dirla in poche, semplici parole, il **principale ostacolo** rimane la **diffidenza verso una forma di vendita che non permette di "toccare con mano" il prodotto**. In questo senso può essere utile, da parte dell'azienda, **garantire un'esperienza di acquisto e un "post-vendita" eccellente** sotto tutti i punti di vista: pagamento, reclamo, garanzia, tempi di spedizione, imballaggio integro ecc.

Molti degli "**users**" l'hanno già capito: il **59%** di loro ha infatti dichiarato che destinerà una **quota maggiore di budget per ottimizzare** sviluppo ed implementazione di piattaforme e-commerce nel 2013.

Tra i canali su cui si punterà maggiormente figurano il **Web (77%)**, i **Social Media (65%)**, e il **Mobile (54%)**.

Un ultimo interessante dato dell'indagine è quello che riguarda il **fatturato derivante dalle vendite on line** che nel **60% delle aziende** intervistate risulta **inferiore al 10% del totale**: un dato che la dice lunga sul fatto che, anche fra gli Users, ci sia **ancora molto da fare** per sfruttare al meglio le potenzialità del commercio elettronico.

Fonti: *Business International, Key4biz*

Nelle imprese europee l'Ict è sempre più mobile. I dati del rapporto Eurostat.

L'indagine non rileva però in che misura il fenomeno sia dovuto al Byod (il ricorso dei dipendenti ai propri device personali). L'Italia è in linea con il resto dell'Europa. Le grandi imprese avanti, le piccole stanno arrivando

La metà delle imprese dei ventisette fa utilizzare computer portatili e smartphone alla propria forza lavoro. Il dato italiano è in linea con quello medio europeo.

Un rapporto di **Eurostat** ha fotografato lo stato dell'Ict nelle imprese europee a **inizio 2012**.

Dai dati raccolti risulta che il **48%** delle imprese dei ventisette dà ai propri dipendenti la possibilità di lavorare utilizzando dispositivi mobili come **laptop e smartphone**.

Quest'abitudine si è affermata nelle **grandi imprese** (praticata dall'88% di esse) e nelle **medie** (71%), mentre nelle **piccole** è in via di sviluppo (43%).

Perché il mobile? Fra le imprese che danno dispositivi portatili ai dipendenti, l'88% lo fa per consentire loro di accedere al sistema di posta elettronica, l'86% per far accedere a Internet, il 56% per fare gestione documentale e il 45% per lavorare con le applicazioni gestionali di business.

I Paesi nordici in testa. Le percentuali più alte di **utilizzo** dei dispositivi mobili con accesso Internet si registrano nei paesi nordici e in Cechia. La forbice è ampia: si va dal 22% della Romania o dal 27% della Grecia, al 78% della Finlandia, al 65% della Danimarca e al 63% di Svezia e Repubblica Ceca. Restringendo la lente sulle sole grandi imprese, in Finlandia (99%), Austria (97%) e Svezia (95%) l'utilizzo di tecnologie mobili riguarda praticamente la totalità del tessuto imprenditoriale.

La situazione in Italia Il dato relativo al nostro Paese è in linea con la media europea e dice che il 47% delle imprese fa uso di dispositivi mobili: il 92% delle grandi imprese, il 75% delle medie e il 43% delle piccole. Computer portatili e smartphone sono utilizzati nel 92% dei casi per utilizzare la posta elettronica aziendale, nell'88% per accedere a Internet, nel 52% per fare gestione documentale e nel 43% dei casi per utilizzare le applicazioni di business.

Byod sommerso. Il rapporto di Eurostat però non si sofferma esplicitamente ad analizzare se le imprese europee forniscono **direttamente** il dispositivo mobile al dipendente o se consentono agli utenti di utilizzare i propri dispositivi su reti e connessioni pagate dall'azienda.

Ossia non si focalizza sul fenomeno cosiddetto del **Byod** (bring your own device) e nemmeno lo paragona a quello del **Cope** (Corporate owned, personally enabled).

Probabilmente lo farà il prossimo anno.

Per accedere ai dati del rapporto Eurostat [CLICCARE QUI](#)

Fonte: www.europarlamento24.eu

SICUREZZA INFORMATICA

Sicurezza: immagini jpg attaccate dagli hacker. I consigli di ESET

L'ultimo bersaglio dei criminali informatici sono i **file JPG**, colpiti da un **nuovo Trojan** specifico che **prende di mira le immagini custodite su PC e smartphone**. Immagini che possono cadere nelle mani di estranei attraverso Win32/DataStealer. E, un malware rilevato e rimosso da ESET NOD32, uno dei grandi produttori mondiali di software antivirus.

L'obiettivo dei cybercriminali è chiaro: utilizzare le immagini più osé per fini pornografici, per azioni di cyberbullismo o ancora per pratiche di sexting, cioè l'invio di foto o messaggi sessualmente espliciti tramite cellulari e social media.

Recentemente una ricerca dell'inglese Internet Watch Foundation aveva già rilevato che **l'88% delle foto pubblicate dai giovani sui Social Network appaiono in seguito su siti porno 'parassiti'**, con effetti devastanti sulle vittime ignare. Basti ricordare i diversi casi di adolescenti che hanno tentato il suicidio in seguito alla diffusione online delle proprie foto senza veli, scattate per fini privati. Il mercato delle immagini rubate si sta rivelando molto redditizio per i cybercriminali, che stanno sviluppando nuovi malware in grado di prelevare il materiale direttamente da PC e cellulari, senza aspettare la pubblicazione incauta delle foto sui social network.

Per evitare agli utenti di cadere vittime di questi attacchi, i **ricercatori ESET** hanno messo a punto una serie di **consigli pratici** che possono aiutare gli internauti a **salvaguardare privacy e reputazione online**, fermo restando che **la prudenza non è mai troppa** in questi casi.

1. Pensare due (meglio tre) volte prima di condividere foto esplicite sui social media, via mail o MMS, poiché una volta entrate in Rete non tornano più indietro. Se le immagini vengono condivise, se ne perde il controllo e risulterà praticamente impossibile cancellarle del tutto. Anche le star del cinema con le migliori squadre di avvocati non sono in grado di ripulire completamente il Web dalle foto imbarazzanti.

2. Ricordare che ciò che transita sul cellulare non resta sul cellulare. Gli smartphone sono sincronizzati ai computer e archiviano i file nel Cloud. Inoltre sia gli smartphone che i computer possono essere rubati o compromessi dagli hacker: i dispositivi digitali possono essere attaccati dai malware, persino senza che ci sia connessione a internet.

3. Riflettere sull'opportunità di scattare una foto sessualmente esplicita con una fotocamera digitale, che è molto differente da una foto tradizionale, perché può essere copiata e trasmessa nel giro di pochi secondi, senza peraltro il filtro che prevedeva una volta lo sviluppo in laboratorio.

4. Vigilare e difendersi a molteplici livelli: password sicure e diversificate per i tanti account e dispositivi, nonché un buon programma antivirus aggiornato con regolarità.

5. Ricordare che i rischi delle foto digitali non riguardano solo le immagini osé: foto di password, disegni, ambienti domestici, nuovi acquisti corrono tutte lo stesso rischio.

Fonte: Adnkronos

SITI, PORTALI, SOLUZIONI INTERNET PER LE IMPRESE

Online la Guida UE Istruzione per l'uso "L'etichettatura dei prodotti alimentari – La normativa dell'Unione europea e nazionale" (n. 3/2012)

E' disponibile **on-line** la guida della collana UNIONE EUROPEA – istruzioni per l'uso **"L'etichettatura dei prodotti alimentari – La normativa**

dell'Unione europea e nazionale".

La guida, realizzata dagli Enterprise Europe Network di Camera di commercio di Torino e Unioncamere Piemonte, in collaborazione con il Laboratorio Chimico Camera di commercio Torino e il Dipartimento di Scienze Merceologiche dell'Università degli Studi di Torino, intende fornire agli **operatori del settore alimentare** indicazioni utili sull'**applicazione del D.lgs. 109/1992 (e successive modifiche) insieme alle novità introdotte dal Regolamento UE 1169/2011.**

E' prevista sia una versione on-line che cartacea.

Nella versione on-line sono anche disponibili **10 schede settoriali** dedicate ai seguenti prodotti alimentari: *acque minerali, alimenti particolari, cacao e cioccolato, carni avicole, carni bovine, confetture, latte, miele, prodotti da forno, prodotti ortofrutticoli.*

Oltre a poter essere scaricata dal sito, la guida cartacea è in distribuzione gratuita presso il Settore Europa e Documenti estero della Camera di commercio di Torino oppure presso le altre Camere di commercio del Piemonte (contattare lo Sportello Europa).

La guida è scaricabile alla seguente pagina web: http://www.to.camcom.it/Page/t12/view_html?idp=12451.

BIBLIOTECA

La dura regola di eBay. Tra sospensioni legittime e abusi contrattuali

L' e-book, a firma dell' Avv. Rocco Gianluca Massa - giurista da sempre attento alle problematiche connesse alle attività di e-commerce e responsabile del portale [Intertraders](http://www.intertraders.eu), partendo dalla recente ordinanza con cui il Tribunale di Catanzaro ha ordinato a eBay di reintegrare sulla sua piattaforma un venditore illegittimamente sospeso, offre una inedita e attenta disamina delle principali criticità legate alla sottoscrizione di clausole vessatorie in un contratto telematico concluso per adesione, senza tralasciare questioni di notevole interesse per gli operatori dell'e-commerce, quali la qualificazione negoziale e la disciplina applicabile al contratto concluso tra un utente ed eBay.

Si tratta di un testo giuridico a tutti gli effetti, ma dal taglio estremamente divulgativo tipico dell'autore e, nell'ottica no-profit di InterTraders, acquistabile ad un prezzo volutamente simbolico: € 0,99, il costo di un caffè.

Il volume è pubblicato da [Filodiritto Editore](http://www.filodirittoeditore.eu) ed è scaricabile all'indirizzo:

http://www.filodirittoeditore.eu/index.php?route=product/product&path=68&product_id=78

Fonte: www.intertraders.eu

Social Media Tourism

"Social Media Tourism, media e tecnologie per la promozione del territorio", è un interessante e-book frutto dell'esperienza maturata nell'ambito del progetto Compu-Tec, un ciclo di seminari su comunicazione pubblica e tecnologie, nato da un'idea di Maurizio Masini e Alessandro Lovari del Dipartimento di Scienze della Comunicazione dell'Università degli Studi di Siena.

L'e-book prende spunto dall'ultimo dei seminari dedicato al tema della comunicazione del turismo e della promozione del territorio, analizzando e valorizzando il ruolo che le tecnologie digitali e i social media possono giocare in tale contesto.

I saggi originali contenuti nel volume sono frutto del lavoro di docenti ed esperti che hanno partecipato all'iniziativa, arricchiti da alcuni contributi che descrivono ricerche inedite e analisi specifiche sull'uso dei social media nel settore turistico in Toscana.

Il volume, di fatto, si propone ai lettori come una raccolta di casi di studio, idee e spunti utili ad alimentare il dibattito in corso su questi temi. Tutto questo in un momento particolare come quello che stiamo vivendo in cui da un lato i media sociali stanno coinvolgendo una fascia sempre più grande della popolazione, modificando i consumi mediali e i modelli relazionali; e dall'altro le norme che regolano il processo di digitalizzazione delle PA, in concomitanza dell'aggravarsi della crisi economica, impongono alle istituzioni e agli enti locali nuovi modelli di comunicazione e di promozione del territorio.

Questo è **"Social Media Tourism"**, un ebook per approfondire e riflettere su alcune tendenze del fare comunicazione del turismo oggi.

L'e-book è disponibile sul **sito della Bonanno Editore** a questo indirizzo: http://www.bonannoeditore.com/it/scegli_ebook.php?id=1552.

