



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 1 del 30/01/2013

IN EVIDENZA

Web-conference BE WIN sul "business web oriented". Disponibile on line la registrazione

Si è svolta il 15 gennaio la terza **web-conference** tecnica sul tema del "**Web-marketing**" per le Mentor e Mentee del **progetto BE WIN - Business Entrepreneurship Women in Network**, cofinanziato dalla Commissione Europea e coordinato a livello nazionale da Unioncamere Toscana.

L'incontro, organizzato dal coordinatore, era volto a fornire alle imprenditrici gli strumenti necessari a definire e ottimizzare un **nuovo modello di business web-oriented**.

L'intervento dell'esperta, la Dr.ssa Simona Bonciani di Noetica (Bologna), ha prima allineato le conoscenze su concetti, strumenti e **strategie di comunicazione e marketing on line**, approfondendo poi le caratteristiche e le **strategie del business on-line**, dando alle partecipanti gli strumenti per definire il loro **modello di business in rete**, per analizzare e **valutare la loro presenza sul web**, individuare e ottimizzare gli strumenti più adeguati al loro business e realtà aziendale.

Il programma dell'incontro ha visto l'illustrazione dei **principi del marketing e della comunicazione on line**, gli elementi di una **strategia di web marketing**, gli **strumenti del web 2.0** (sito, newsletter, landing page, social network, blog...), **SEO** (search engine optimization), **SEM** (search engine marketing) e link popularity.

La registrazione della web-conference "Web-marketing" è disponibile al link

<https://icwebconference.infocamere.it/p9tenhvj6hg/>.

Fonte: Newsletter UTC

Brand reputation ed e-commerce: il 23 marzo, a Napoli, il WebUpdate 2013. L'evento potrà essere seguito anche da Twitter

Si rinnova per il terzo anno consecutivo presso la Città della Scienza di Napoli l'**appuntamento con il WebUpdate**, ormai uno dei principali punti di riferimento per quanto riguarda il **marketing e la comunicazione online**.

L'evento, che si svolgerà in un'unica giornata il **prossimo 23 Marzo**, punta a **illustrare**, attraverso i relatori che interverranno, **le principali tendenze e le novità** relativamente a un'adeguata comunicazione aziendale e le migliori **strategie di marketing** da adottare.

In questa edizione **due i temi principali** trattati, **la brand reputation e l'e-commerce**, argomenti per i quali verrà spiegato come mai le relative attività siano svolte in maniera più che corretta affinché la presenza online delle aziende abbia un effettivo riscontro.

Fra i relatori si segnala la **presenza di esperti del settore** nonché quella di **docenti universitari in marketing e comunicazione** che illustreranno le loro personali strategie e i principali casi di successo.

Il concetto alla base di tutti gli interventi è semplice, **essere presenti nella Rete con un sito internet non basta più**, bisogna necessariamente **preziosare anche le varie piattaforme del social 2.0** (quanto meno le più importanti) e **far crescere**, soprattutto su questi canali, **la brand reputation dell'azienda**, soprattutto bisogna aver cura di **monitorare e rispondere adeguatamente ai feed back** che eventualmente si ricevono.

Gestire i feed back nella costruzione della brand reputation è un aspetto fondamentale per tutti i marchi, tanto più per quelli che online hanno lo scopo di vendere un prodotto attraverso portali di e-commerce, ecco perché **la comunicazione è un aspetto importante nel processo di vendita**, tanto più se questo si svolge completamente su internet dove manca il rapporto fisico con il potenziale cliente.

Per ulteriori informazioni, iscrizione e conoscere il dettaglio degli interventi invitiamo a visitare il [sito ufficiale del WebUpdate 2013](#).

Sarà inoltre possibile **seguire l'evento da Twitter** tramite l'account ufficiale

Ricerca e rete in fibra ottica: così cresce "Pisa digitale"

Grazie al potenziamento della banda aumenterà l'interazione con le reti di ricerca di tutto il mondo

La rete in fibra ottica dell'**Università di Pisa si apre al futuro**, attraverso l'adozione di nuove tecnologie che sfruttano in maniera esponenziale le potenzialità della banda e che d'ora in poi renderanno possibile lo sviluppo di servizi altamente innovativi. Negli scorsi giorni, i tre circuiti del POP pisano (Point of Presence, ovvero il punto di concentrazione della rete della ricerca pisana, gestito dall'università) sono infatti passati da **1 a 10 Gb**, con un sistema dotato di macchine DWDM (Dense Wavelength Division Multiplexing) in grado di decuplicare questa velocità fino ad arrivare a 160 Gb. Entro i prossimi due anni, le prestazioni cresceranno ancora da 10 a 40 Gb. Il potenziamento della rete pisana fa parte del progetto nazionale "GARR-X", che mira a estendere in tutta Italia l'infrastruttura in fibra ottica dedicata alla comunità dell'università e della ricerca.

La rete potrà assicurare l'interazione e la fornitura di servizi con le reti della ricerca in Europa e nel resto del mondo. Potrà poi servire per

costruire in tempi rapidi dei circuiti, autonomi e protetti, specificatamente dedicati a gruppi di ricerca nazionali e internazionali per lo scambio e la condivisione delle conoscenze. Sarà infine possibile garantire l'accesso, in modo semplice e sicuro, a infrastrutture di calcolo scientifico, grandi banche dati e ad altre risorse distribuite. Nell'ambito del GARR, la rete dell'Ateneo non fa solo da riferimento per tutte le università e gli enti di ricerca dell'area pisana, oltre che per molte scuole superiori del territorio. Come perno della dorsale tirrenica, costituisce infatti uno snodo nevralgico per l'intera rete italiana della ricerca, pari per importanza ed eccellenza ai soli centri di **Roma, Milano, Bologna e Napoli**. Essendo uno dei pochissimi casi in cui l'Università è proprietaria della rete in fibra ottica, con capacità potenzialmente illimitate, **Pisa rappresenta infine un modello a livello nazionale** e una sede di sperimentazione di tecnologie e servizi di avanguardia.

Si conferma così il significato strategico della scelta operata oltre venti anni fa dal Centro SerRA dell'Università di Pisa che, sotto l'impulso del professor Giuseppe Pierazzini e di un piccolo gruppo di ricercatori e tecnici dell'allora dipartimento di Fisica, decise di scommettere su una rete proprietaria in fibra ottica che puntasse sullo sviluppo di servizi innovativi e altamente tecnologici. Nel tempo quell'intuizione si è andata strutturando in una rete che oggi è formata da oltre 3.500 chilometri di fibra ottica, con 60 chilometri di canalizzazioni, e che collega in modo capillare tutti gli edifici universitari e le principali sedi istituzionali del territorio pisano.

L'eredità iniziale è stata raccolta e sviluppata, con lo stesso impegno e la stessa passione, dalla Direzione informatica, telecomunicazioni e fonia - ICT dell'Ateneo, diretta da Stefano Suin e coordinata per questi aspetti da Paolo Caturegli, non a caso due dei protagonisti del gruppo pioneristico degli anni Novanta.

Fonte: *InToscana.it*

E-COMMERCE

e-Commerce: come si trasformano i negozi tradizionali

Come le più recenti indagini ed analisi hanno rilevato, gli **Italiani scelgono sempre più di acquistare on line**: nel 2011 erano 9 milioni, nel 2012 sono saliti a oltre 12 milioni.

Questo successo dell'e-commerce non può che imporre una **trasformazione alle forme di vendita tradizionale**: *i negozi, i centri commerciali, le vie del centro*.

Roberto Liscia, Presidente di Netcomm (Consorzio del commercio elettronico italiano), ha rilasciato al settimanale Panorama, una interessante **intervista** sulla necessità e **sui modi per attuare questa trasformazione**.

L'**intervista** è disponibile sul sito pionero.it (fonte della notizia) alla **pagina web**: <http://www.pionero.it/e-commerce-come-si-trasformano-i-negozi-tradizionali/>.

Fonte: *Pionero.it*

Aprire un negozio online: una guida step by step

In questo periodo di recessione economica e di compressione dei consumi l'**e-commerce continua a crescere**, in tutta Europa .

I motivi? Molteplici e anche abbastanza evidenti: la facilità di acquisto, la possibilità di comprare a qualsiasi orario comodamente da casa, l'opportunità di informarsi e confrontare offerte e prezzi, la sicurezza dei pagamenti.

Nel momento in cui si decide di aprire una vendita on line ci sono però vari **aspetti e parametri da tener presenti** affinché l'esperienza abbia successo, ovvero: i **vantaggi** e gli **svantaggi** che possono derivare da un'attività on line, l'**opportunità** di allestire un portale e-commerce o scegliere un servizio di marketplace, la necessità di rispettare un **iter burocratico-amministrativo** per l'avvio dell'attività, l'aspetto dei **pagamenti elettronici**, la questione del **magazzino** (serve o no?).

Tutti questi aspetti vengono descritti in una sorta di **mini-guida di orientamento** che **i-dome** riporta in un breve ma "concentrato" quanto indicativo **articolo** a cura della Redazione e disponibile alla **pagina web**: <http://www.i-dome.com/articolo/21541-Aprire-bottega-online-una-guida-passo-passo.html>.

Fonte: *i-dome*

e-commerce: l'importanza dei feed back

L'e-commerce propone in maniera forte il problema delle **fiducia**: i limiti tipici delle vendite indirette, sia che avvengono tramite telefono (in caso di ordini telefonici) o computer (acquisti online) possono essere superati proprio grazie a **commenti e recensioni**.

Del resto che le **recensioni on line per l'e-commerce** siano **fondamentali** è dimostrato e avvalorato da molte ricerche ed indagini, una per tutte la **Global Trust in Advertising**, realizzata nel 2012 da **Nielsen**, dove 28.000 consumatori online di 56 paesi in tutti e 5 continenti indicavano **le recensioni al secondo posto** con il **70% del gradimento globale (+15% in 4 anni)**, accanto ai tradizionali consigli di familiari e amici.

Di qui l'opportunità e l'utilità di **prevedere sui siti e-commerce spazi specifici dinamici ed interattivi** in cui i clienti che hanno già effettuato un acquisto, possano raccontare la propria esperienza e contribuire al miglioramento della reputazione e delle performances delle vendite.

Su **SpazioImpresa** sono riportati alcuni **consigli pratici utili** per allestire sul sito aziendale un'**area feedback efficace**.

Ne consigliamo la lettura alla pagina web: <http://www.spazioimpresa.biz/web/994-Siti-e-commerce-importanza-dei-feedback%20.php>.

Fonte: *SpazioImpresa*

PORTALI UE

Il portale dati europei è a uso e consumo di tutti

Gli "open data" sono tipologie dati liberamente accessibili a tutti, privi di brevetti o altre forme di controllo che ne limitino l'utilizzo e la

riproduzione.

L'open data si richiama al più ampio concetto dell' open government, cioè una dottrina in base alla quale la pubblica amministrazione dovrebbe essere aperta ai cittadini, tanto in termini di trasparenza quanto di partecipazione diretta al processo decisionale, anche attraverso il ricorso alle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione;

Come altre importanti istituzioni, anche la **Commissione europea** si è concretamente mossa in questa direzione con l'attivazione di un'importante iniziativa ovvero la messa a punto del **portale "Open-data Europa"**.

"Il portale della trasparenza, dell'open government e dell'innovazione", come si legge nella presentazione sulla home page di open-data.europa.eu/open-data/it, consente infatti l'accesso agli open data pubblici della Commissione Europea e, su richiesta, ai dati delle altre istituzioni, enti, uffici e agenzie dell'Unione.

I dati pubblicati possono essere scaricati dagli interessati per agevolare il riutilizzo, il collegamento e la creazione di servizi innovativi. Il

portale dati promuove e diffonde anche la conoscenza dei dati relativi all'Europa.

Tutti coloro che pubblicano dati, che sviluppano applicazioni e il pubblico possono utilizzare le nuove funzionalità offerte dalle tecnologie semantiche.

Fonte: open-data.europa.eu/open-data/it

PREMI E CONCORSI

Europioneers: la Commissione europea premia l'imprenditore tecnologico dell'anno

«Noi crediamo che gli imprenditori, in particolare quelli nel settore tecnologico, possano trasformare l'economia, guidare l'innovazione e cambiare davvero le comunità e l'industria»

Sulla base di questa ferma convinzione la **Commissione Europea**, in collaborazione con **The Next Web**, ha istituito l' **Oscar della tecnologia europea** alla ricerca degli **Europioneers** dell'anno.

Il principio è quello per cui, in tempo di crisi, **l'imprenditoria nel campo dell'innovazione possa rappresentare un impulso imprescindibile per l'economia europea** e che per questo motivo uno speciale riconoscimento debba andare a chi ha infuso maggiori idee, sforzi ed energie nel comparto.

Chiunque può inviare i propri candidati, dopodiché sarà la **giuria** a stilare la propria **classifica**.

Una votazione pubblica restringerà ulteriormente il campo scegliendo **5 nomination** e sarà ancora una volta la giuria a chiudere la competizione con la scelta del vincitore.

Il riconoscimento "**Europioneers**" sarà consegnato direttamente dalle mani del Vice Presidente della Commissione Europea, nonché responsabile per l'Agenda Digitale, **Neelie Kroes**.

Le candidature al premio europeo "L'imprenditore tecnologico dell'anno" si possono esprimere **sino al 14 febbraio** tramite il **sito Europioneers**

SOCIAL NETWORKS

Come utilizzare Pinterest per l'azienda: 10 consigli

Infografica su come inserire Pinterest nella strategia di social media marketing e utilizzarlo in maniera corretta.

Pinterest è senz'altro il social network, o meglio, il *visual social network*, del momento.

Ha avuto un boom straordinario e in soli due anni è diventato diretto concorrente di piattaforme come Twitter, YouTube e Google Plus.

Sul **blog di Amy Porterfield** c'è un'analisi su come si può **integrare Pinterest in una strategia di social media marketing aziendale**, analisi che viene riassunta e puntualizzata in **10 utili consigli** da *PMIServizi* in un **articolo** che viene peraltro concluso con una **bella infografica**, frutto dell'applicazione "pratica" dei consigli forniti.

L'**articolo** è disponibile alla pagina web:<http://news.pmiservizi.it/approfondimenti/internet-approfondimenti/pinterest-per-azienda.html>.

Fonte: *PMIServizi*

Come portare la propria azienda sui social network: sette linee guida

Quella del social media è un'esperienza completamente diversa da quella dei canoni tradizionali: come sfruttare questo nuovo canale?

E' ormai appurato che la **presenza della azienda sul web**, per essere totale ed efficace, **deve passare attraverso i social media**.

Ma tale presenza, per avere un senso ed un risultato, **deve essere pianificata** e seguire una strategia di marketing "studiata" e ragionata, che non può essere sicuramente gestita da chiunque abbia una pagina su Facebook; è una cosa molto seria perché **si mette in gioco la reputazione e l'immagine aziendale**.

La promozione del marchio in rete non può essere quindi improvvisata ma richiede **competenze in comunicazione e marketing** così come un'ampia **conoscenza** delle caratteristiche e dinamiche di interazione dei singoli social network.

Sono sette, secondo **Edi Florian** - consulente e formatrice di comunicazione e marketing per le aziende - **le linee guida fondamentali**, da tenere assolutamente presenti nel momento in cui si decide di adottare una **strategia di comunicazione sui social network** (Facebook, Twitter, LinkedIn) corretta e soprattutto efficace.

Le sette linee guida di Edi Florian sono riportate in sintesi da **Mercato Globale** nell'**articolo dedicato**.

Per leggerlo CLICCA QUI.

Fonte: *Mercato Globale*

Registrare gli utenti con Facebook

Molti probabilmente già lo sanno, ma sicuramente molti no; **su Facebook** è presente un **social plugin** dedicato a quei siti che prevedono una raccolta di dati dagli utenti per, ad esempio, la registrazione al sito o l'iscrizione ad una newsletter.

Si chiama **Registration Social Plug-in** e, in poche parole, permette all'utente collegato a Facebook che visita il vostro modulo di iscrizione di trovare già compilati i campi di registrazione con le sue informazioni personali, direttamente ricavate dal profilo Facebook.

La **comodità dello strumento è evidente**: la compilazione del form diventa velocissima, migliorando così il tasso di iscrizione e la complessiva "esperienza" del visitatore.

Friendfeed, servizio di proprietà di Facebook stessa, oltre ad essere utilissimo, è anche **molto semplice** da includere nel proprio sito e **da far interagire con il sistema di registrazione già esistente**.

Gli step necessari al suo inserimento nel sito sono descritti in maniera chiara e puntuale da [html.it](http://www.html.it) **alla pagina web**:

<http://www.html.it/articoli/registrare-gli-utenti-con-facebook->

[1/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=Newsletter:+HTML.it&utm_content=16-01-2013+registrare-gli-utenti-con-facebook](http://www.html.it/articoli/registrare-gli-utenti-con-facebook-1/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=Newsletter:+HTML.it&utm_content=16-01-2013+registrare-gli-utenti-con-facebook)

Disponibile un nuovo strumento per monitorare i risultati di una campagna pubblicitaria su Facebook.

Da pochi giorni Facebook ha implementato una **nuova funzionalità per il monitoraggio delle sue campagne pubblicitarie**.

Lo strumento si chiama **Monitoraggio delle conversioni** e si trova nel pannello di controllo proprio sotto a "Fatturazione".

Come descritto da Facebook **lo strumento per il monitoraggio delle conversioni aiuterà le aziende a misurare il ROI di una campagna Facebook Ads**, tracciando le azioni compiute dall'utente dopo aver visto l'inserzione.

Il codice (chiamato pixel) viene aggiunto alla pagina web che si sta promuovendo e poi va associato alla campagna Facebook.

L'attivazione del pixel è molto semplice, i passaggi sono descritti dettagliatamente da PMIServizi alla pagina web:

<http://news.pmiservizi.it/news/internet-news/monitorare-campagna-facebook.html>.

Fonte: Pmiservizi.it

SOLUZIONI INTERNET

Creare un sito velocemente: 5 webapp

A volte si ha necessità di **pubblicare una pagina Web in modo veloce**, magari un piccolo sito - ma si ha poco tempo a disposizione - o magari non si ha intenzione di impegnare ore a progettare grafica e struttura di un sito "tradizionale".

In questo caso ci vengono in aiuto **alcune applicazioni Web gratuite** dedicate al **web publishing istantaneo**: basta effettuare una rapida registrazione e si è pronti per pubblicare i propri contenuti.

HTML.it ne presenta ben 5 in una utile rassegna pubblicata alla pagina web:

<http://www.html.it/articoli/creare-un-sito-velocemente-5-webapp->

[1/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=Newsletter:+HTML.it&utm_content=09-01-2013+un-sito-al-volo-5-webapp](http://www.html.it/articoli/creare-un-sito-velocemente-5-webapp-1/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=Newsletter:+HTML.it&utm_content=09-01-2013+un-sito-al-volo-5-webapp)

Fonte: html.it

Creare un forum: 9 applicazioni web semplici ed immediate

Anche se la **conversazione online**, nel suo complesso, è ormai sempre più orientata sui social network, è ormai accertata l'utilità di avere uno **spazio interno** da associare al proprio sito e dove indirizzare gli utenti che vogliono discutere di argomenti specifici.

Accanto ad alcuni servizi più professionali e complessi, da installare su server che abbiano determinate caratteristiche, chi è alla ricerca di **soluzioni più semplici e di immediata attivazione** può farsi venire qualche idea vedendo una serie di **siti selezionati** e descritti nel dettaglio da [html.it](http://www.html.it). alla pagina:

<http://www.html.it/articoli/creare-un-forum-8-applicazioni-web/>.

Fonte: [html.it](http://www.html.it)

7 validi motivi per affidarsi al Cloud Computing!

Dalla convenienza, alla semplicità di utilizzo, passando per l'immediatezza e la sicurezza della tecnologia cloud. Ecco le sette motivazioni che rendono appetibile la "nuvola" a PMI e startup

Convenienza, immediatezza, flessibilità e semplicità d'uso, sono solamente alcune dei fattori che rendono il cloud computing vantaggioso per PMI e startup. In totale **Stefano Cecconi**, amministratore delegato dell'italiana **Aruba**, ha individuato almeno **sette suggerimenti** per convincere imprese alle prime armi e piccole e medie realtà imprenditoriali della validità della soluzione cloud.

[i-dome.com](http://www.i-dome.com) li sintetizza in un articolo che si traduce, nella pratica, in una **miniguia alla scelta del cloud computing**

Leggi l'articolo a pagina: <http://www.i-dome.com/articolo/21569-1-7-motivi-per-affidarsi-al-Cloud-Computing.html>.

fonte: [i-dome.com](http://www.i-dome.com)

Editing di immagini? C'è Picadilo, un pratico ed utile servizio completamente gratuito

Picadilo è un interessante **servizio per l'editing di immagini**, totalmente **gratuito**, disponibile ed utilizzabile direttamente dal browser di navigazione, che permette di effettuare una serie di **operazioni di base** (tagliare, ridimensionare, ruotare, ecc.), applicare effetti cromatici, inserire testi e quant'altro, alle vostre immagini.

Giunti **nella pagina Web di Picadilo**, troverete immediatamente l'**interfaccia di editing** composta da un'area di lavoro ed una colonna contenente l'elenco delle funzioni a vostra disposizione.

Cliccando in alto l'icona + 'add photo' potrete caricare un'immagine dal vostro computer che sarà visualizzata all'interno dell'area di lavoro, selezionando con il mouse le funzioni disponibili e cliccando sull'immagine potrete effettuare le modifiche con un click.

Al termine delle operazioni potrete salvare e scaricare l'immagine modificata.

Link: [Picadilo](#)

Fonte: *Siti nuovi*

ULTIME DALL'UE

Tecnologie dell'Informazione e Comunicazione - Programma CIP: nuovo invito a presentare proposte

Sulla GUUE C 396 del 21/12/2012 è stato pubblicato un invito a presentare proposte ([CIP-ICT PSP-2013-7](#)) a titolo del programma di sostegno alla politica in materia di tecnologie dell'informazione e della comunicazione, nel quadro del programma quadro per la competitività e l'innovazione (CIP); l'invito fa riferimento al programma di lavoro per il 2012.

L'invito fa riferimento ai seguenti **temi** e relativi **obiettivi**:

1. Theme 1: Cloud of public services and smart cities

- o 1.1: Cloud of public services
- o 1.2: Smart, sustainable mobility
- o 1.3: Preparing PPI on resource efficient data centres for smart cities

2. Theme 2 : Digital content, open data and creativity

- o 2.1: European and creativity (including enriching and improving European, coordinating European, and promoting the use of European creative industries)
- o 2.2: Open data
- o 2.3: ICT for learning
- o 2.4: Digital content technologies for a better internet for kids
- o 2.5: eArchiving services

3. Theme 3: ICT for health, ageing well and inclusion

- o 3.1: Preparing large scale deployment of targeted services to support active and healthy ageing
- o 3.2: Supporting innovative solutions in eHealth, assisted living and for mobility (in particular through PPI)
- o 3.3: Networking for health, ageing well and inclusion
- o 3.4: Assisted mobility/navigation for older or impaired users
- o 3.5: Biophotonics solutions for diagnosis, monitoring and treatment of disease

4. Theme 4: Trusted eServices

- o 4.1: Protection of Web site against attacks
- o 4.2: Security for networked infrastructure
- o 4.3: Secure and trustworthy reporting of malware and suspected cybercrime

Theme 5: Open objective for Innovation and other actions

- 5.
- o 5.1: Open objective for Innovation
 - o 5.2: Support to advance Corporate Social responsibility
 - o 5.3: Support to the Grand Coalition for ICT jobs

Le proposte devono essere presentate da consorzi che raggruppano soggetti appartenenti a differenti Stati membri (il numero minimo di partecipanti varia a seconda della tipologia di azione).

Il budget a disposizione ammonta a 125,7 milioni di euro.

Le domande devono essere inviate entro il **14 maggio 2013**.

La documentazione relativa all'invito è disponibile alla seguente pagina web:

http://ec.europa.eu/research/participants/portal/page/call_CIP?callIdentifier=CIP-ICT-PSP-2013-7

La Commissione Europea interviene in favore del cloud computing. Obiettivi di risparmio entro il 2020

La Commissione europea ha lanciato la nuova strategia per favorire in tutto il continente i **servizi di cloud computing**, che consentono di conservare dati su computer remoti, come ad esempio sui servizi di email basati su Internet.

La strategia si basa su **alcuni punti salienti** quali: una graduale **armonizzazione delle regole** che governano il cloud a livello nazionale così da poter facilitare la vita alle imprese e ai consumatori che operano anche al di fuori dei confini nazionali; **la creazione di standard comuni** per l'interoperabilità dei servizi informatici e la creazione anche di **contratti di facile uso**.

Per la Commissione Europea, inoltre, sarà importante favorire la collaborazione tra pubblico e privato *"in modo da sfruttare il potere d'acquisto del settore pubblico (pari al 20% di tutta la spesa nel settore delle tecnologie dell'informazione) per orientare il mercato europeo del cloud computing"* (così come si legge in una nota dell'esecutivo rilanciata dall'AGI).

Un **obiettivo di Bruxelles** è quello che attraverso un uso maggiore del cloud, la cosiddetta nuvola informatica, le aziende possano raggiungere un **risparmio pari fino al 30% della loro bolletta informatica**; la Commissione ha calcolato che se la strategia sarà applicata al meglio si potranno creare 2,5 milioni di nuovi posti di lavoro in tutta l'Unione Europea con un aumento del prodotto interno europeo pari all'1% entro il 2020.

Fonte: *Webmasterpoint*

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

Giovani toscani aiutano le imprese a sbarcare in Rete e sui Social

Un protocollo di intesa fra Regione Toscana, CNA Toscana, Fondazione Sistema Toscana e Google Italia finanziaria formazione e tirocini per aiutare le imprese non ancora digitalizzate

Regione Toscana, CNA Toscana, Fondazione Sistema Toscana e Google Italia hanno firmato un **protocollo con di intesa** per l'attivazione di tirocini formatavfinalizzati alla **digitalizzazione delle piccole e medie imprese**.

In questi giorni **CNA** sta ricevendo e valutando le **candidature di giovani e aziende toscane** che intendono proporsi per partecipare al progetto. Conclusa la fase delle candidature, seguirà la selezione dei tirocinanti (ai sensi della L.R. 3/2012) che si inseriranno nelle aziende aderenti per un periodo di **6 mesi**.

Il tirocinio costa all'azienda **500 euro al mese** ma la termine del periodo la **Regione Toscana rimborsa la metà dell'importo totale, ossia 1500 euro su 3000**.

La giovane risorsa aiuterà **l'azienda a 'sbarcare in rete', a crearsi un suo sito internet e ad attivare propri profili social (facebook, twitter, linkedin, etc)**. Questo si tradurrà in un salto di qualità per il business dell'azienda che sarà così più **'visibile e rintracciabile'**.

Il tirocinante potrà anche affiancare l'azienda che deciderà di iniziare a **vendere i suoi prodotti online**.

Google Italy, che ha da subito abbracciato il progetto, mette a disposizione gli strumenti tecnologici che utilizzeranno i tirocinanti.

Fondazione Sistema Toscana garantirà la formazione e l'affiancamento dei tirocinanti e delle aziende ospitanti nell'ambito della comunicazione digitale e del social media marketing.

CNA Toscana si impegna a promuovere presso le sue imprese i tirocini formativi, affiancandole nella predisposizione di tutto quanto necessario ad attivarli.

La **Regione**, infine, oltre a promuovere anche tramite le iniziative di **Giovanisi** i tirocini formativi, gestisce un tavolo tecnico per il coordinamento delle iniziative.

Per ulteriori informazioni si può scrivere agli indirizzi: info@giovanisi.it e digitalizziamoci@cnaoscana.it

Le imprese interessate a candidarsi possono farlo on line dal sito di CNAToscana alla seguente pagina web: <http://www.cnaoscana.it/?p=5896>

Newsdifesa: il Ministero della Difesa approda sui dispositivi mobili

Anche il **Ministero della Difesa approda sui dispositivi mobili**: da alcuni giorni è infatti possibile effettuare il download dell' **applicazione "Newsdifesa"**, opportunità che rappresenta un ulteriore passo in avanti per la valorizzazione e la diffusione delle informazioni del Dicastero, già disponibili sui Social Network (Facebook, Twitter e Youtube).

L'iniziativa, spiega il Ministero, è stata studiata per **"valorizzare e diffondere le informazioni e le attività del Ministero e offrire a un numero crescente di utenti di smartphone e tablet la possibilità di entrare nel mondo della Difesa mediante un'interfaccia grafica che consenta una navigazione intuitiva e veloce"**.

In particolare, all'accesso verranno visualizzate le notizie relative alle sezioni **"Primo Piano"**, **"News"**, **"Notizie dai Teatri"** e **"Concorsi"**.

Per ogni sezione, l'applicazione mostrerà le **ultime 50 notizie**, cancellando automaticamente le più datate, ed avvertirà l'utente, tramite un apposito messaggio, in caso di novità.

Le notizie potranno essere visualizzate nel dettaglio, comprese le immagini, e postate sui social network oppure segnalate tramite email.

L'**applicazione è fruibile gratuitamente negli "Store" di Apple** (iPhone e iPad) e Google play (Android).

Fonte: *Pionero.it*

Parte il progetto 'Distretti sul web: 20 borse di studio per la digitalizzazione dei distretti industriali. Scadenza 18 febbraio 2013

Il progetto è frutto dell'accordo fra Unioncamere, Google e Ministero dello Sviluppo economico

Parte il progetto 'Distretti sul web: 20 borse di studio per la digitalizzazione dei distretti industriali. Scadenza 18 febbraio 2013

Diffondere la cultura dell'innovazione e favorire la digitalizzazione dei distretti industriali italiani. Questo l'obiettivo dell'accordo per il lancio del progetto **'Distretti sul web'** siglato tra **Google, Unioncamere e Ministero dello Sviluppo Economico**.

Il progetto

Il bando per partecipare è disponibile sul sito dell'Università Telematica Mercatorum e riguarda 20 borse di studio offerte a neolaureati o neolaureandi. I giovani avranno la possibilità di seguire un percorso formativo sugli strumenti e sulle opportunità offerte dall'economia digitale e aiutare le Pmi di 20 distretti italiani, identificati da Unioncamere con Google e con il Ministero, favorendone un migliore accesso ai mercati internazionali.

Distretti interessati

I 20 distretti selezionati presso i quali i borsisti svolgeranno l'attività, riguardano le seguenti regioni: **Abruzzo, Campania, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia-Giulia, Lazio, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Toscana (distretto orafa di Arezzo e distretto della concia di S.Croce sull'Arno – Pisa), Umbria, Veneto**.

Requisiti

Età non superiore a 28 anni. Laurea di primo o secondo livello (triennale, specialistica magistrale secondo il nuovo ordinamento e lauree quadriennale o quinquennale secondo il vecchio ordinamento) di ogni indirizzo, diploma accademico di primo o secondo livello o titolo estero equipollente. Residenza o domicilio nella Regione del distretto di riferimento. Conoscenza approfondita del contesto locale economico e sociale del distretto, nonché competenze specifiche nei settori del marketing, dell'economia o dello sviluppo locale. Competenze informatiche di base, esperienza nell'uso del web e dei social media.

Modalità di partecipazione

La domanda e relativa documentazione, deve essere inviata entro il **18 febbraio 2013** all'Università Telematica "Universitas Mercatorum" - con la dicitura Oggetto: **Domanda per la partecipazione al Bando "Distretti sul web"**, via fax (067842136) o con posta elettronica certificata (PEC) all'indirizzo: ateneo.unimercatorum@le2aimai1.ir.

Importo e durata

Sono previste risorse pari a **€ 120.000 per 20 borse di studio da € 6.000 ciascuna**. La durata della borsa è di 25 settimane (anche non continuative), a decorrere dalla sottoscrizione del piano di lavoro fino a **dicembre 2013**.

Bando, Regolamento e Domanda di partecipazione sono disponibili alla pagina web: http://www.unimercatorum.it/distretti_sul_web.asp

STUDI, RAPPORTI, ANALISI

I cittadini italiani e le nuove tecnologie: pubblicato il rapporto 2012 dell' Istituto Nazionale di Statistica

Il rapporto tra cittadini e nuove tecnologie viene raccontato dai numeri e dalle percentuali dell' **indagine Istat 2012** intitolata: **"I cittadini e le nuove tecnologie. Connessioni a Internet, prodotti tecnologici maggiormente utilizzati, divario tecnologico e altro ancora"**.

Lungi dall'essere annoverati tra i Paesi con più alta percentuale di connessioni Internet, l'**Italia** si presenta, invece, con una situazione che, se si pensa ad altre realtà europee, rasenta ancora l'incredibile.

Ci sono, tuttavia, **segnali che lasciano ben pensare** se si guarda a dati e percentuali pubblicati nel Rapporto Istat.

Nel 2012 resta **stabile la quota di famiglie che dispone di un accesso a Internet** (55,5%) e di un **personal computer** (59,3%), aumenta quella delle famiglie che accede al web mediante la banda larga.

Resta stabile anche il **divario tecnologico tra Nord e Sud** e il divario **tra classi sociali**.

Al Nord è del 58,1% la percentuale di famiglie che dispone di un accesso a Internet, dato che cala al 49,6% se si guarda al Sud.

Se si guarda alla **disponibilità di personal computer e connessione Internet nelle famiglie** dove il capofamiglia è un imprenditore o libero

professionista si registrano 17 punti percentuali a favore di queste rispetto alla famiglie in cui il capofamiglia è un operaio.

La buona notizia è che le differenze di genere vanno attenuandosi.

Se nel 2005 la **percentuale di donne connesse a Internet** era di appena il 26,9%, nel 2012 è arrivata al **47%**.

I maggiori utilizzatori di pc e internet restano, comunque, i **giovani tra gli 11 (78%) e 34 anni (76%)**.

La **rete diventa una sorta di piazza virtuale**, dove le persone avvertono sempre più spesso l'esigenza di comunicare la propria opinione in merito a fatti sociali e politici; contestualmente il web si afferma anche come strumento di fruizione culturale.

Il dato che colpisce è quello relativo alla **motivazione**, principale, per la quale **le famiglie non hanno Internet** a casa. Il **43,3%** di queste dichiara

di non avere una connessione Internet perché **non ha le competenze per utilizzarlo**.

Il testo integrale del rapporto Istat può essere scaricato dalla pagina web: <http://www.istat.it/it/archivio/78166>.

Fonte: PMI servizi

L'impatto di internet sull'economia italiana, ovvero "Il Fattore Internet": la Toscana la fa da padrona

Uno studio commissionato da Google al gruppo BCG, evidenzia come la nostra regione superi il livello medio nazionale

Il contributo che **Internet** fornirà al nostro Paese nel **2015** oscillerà tra il **3,3%** e il **4,3% del PIL** e se il valore medio dell'**e-intensity index** raggiunto dall'Italia si attesta a **63 su 100**, la **Regione Toscana** fa meglio della media nazionale registrando un **valore pari a 66**.

Questi sono solo alcuni dei dati contenuti nello studio **"Fattore Internet"**, **analisi indipendente realizzata da The Boston Consulting Group (BCG)** su incarico di Google, **volta ad individuare l'attuale impatto di internet sull'economia italiana e le prospettive di crescita dell'Internet economy**.

I dati della ricerca, con particolare riferimento alla situazione della nostra regione, sono stati presentati in occasione del lancio del protocollo di intesa fra Regione Toscana, CNA Toscana, Fondazione Sistema Toscana per l'attivazione di tirocini formativi finalizzati alla digitalizzazione delle nostre piccole e medie imprese (vedi articolo in "Iniziativa Istituzionali").

L'intero report può essere scaricato dal sito del BCG alla pagina: <http://www.fattoreinternet.it/pdf/Fattore%20internet-2011.pdf>.

La parte dello studio riferita alla regione Toscana è invece disponibile al link: http://toscana-notizie.it/wp-content/uploads/2012/11/SCHEDA_Toscana-Internet-Economy-e-casi-di-successo-12_11_12-21.pdf.

Web economy: le aziende Ue non sanno sfruttare le opportunità di Internet

Sono ancora **troppo poche le aziende europee che vantano una presenza online** e che riescono, quindi, a cogliere le opportunità offerte dall'eCommerce e dai social network in termini di business e creazione di occupazione.

Lo sostiene un nuovo **studio della società Email-Brokers**, che ha esaminato i trend di sviluppo di internet nell'intero continente tra il 2010 e il 2012.

Dallo studio, in particolare, emerge che i **Paesi che vantano la maggior presenza di aziende online** sono la **Germania, il Belgio e l'Olanda**, con una percentuale rispettivamente del 64%, 61% e 58%.

I Paesi che registrano tassi di crescita maggiore sono invece la **Repubblica Ceca** (dove il numero di siti web è cresciuto dell'11% in un anno), la **Francia** (+10%), il **Portogallo** (+9%) e l'**Ungheria** (+9%).

Per quanto riguarda l'**Italia**, il nostro Paese **risulta al secondo posto per numero di aziende presenti sui social media** (5,6%), dietro alla Gran Bretagna (6%) e davanti alla Svezia (5,4%).

La Gran Bretagna (16%) è anche, col Lichtenstein (17%), il paese con la **maggior percentuale** di aziende attive nel commercio elettronico mentre il primato dei siti illegali spetta al Belgio dove ben il 91% dei siti non è conforme alla legislazione vigente.

In questa classifica non proprio qualificante seguono Turchia (89%), Albania (88%) e Ucraina.

La scarsa presenza delle aziende europee su Internet rappresenta un deficit triste e dannoso per l'economia del Vecchio continente perchè "priva l'Europa delle opportunità di crescita ed esportazione che i competitor internazionali stanno già ampiamente sfruttando", ha affermato il **William Vande Wiele**, fondatore di Email-Brokers, la società che ha curato lo studio.

Solo in 7 dei 21 paesi presi in esame dallo studio sono on line più del 50% delle aziende:

un dato che fa ancor più preoccupare se si considera peraltro che l'economia digitale genera 2,6 nuovi posti di lavoro per ogni posto che sparisce nell'economia tradizionale (dati Ue).

Secondo Vande Wiele "Non è troppo tardi per reagire, ma quasi. Gli imprenditori europei non stanno sfruttando le enormi opportunità della digital economy in generale e di internet in particolare, che costituisce un ulteriore canale di vendita locale e internazionale.

I social network, stanno cambiando le abitudini dei consumatori, fornendo inoltre alle aziende maggiori informazioni sui loro profili, le preferenze di acquisto, la loro comunità e così via. Adattarsi a questi cambiamenti costituisce una sfida cruciale per gli anni a venire "In gioco - ha concluso - ci

sono milioni di posti di lavoro che potranno essere creati solo con importanti investimenti nei nuovi media".
Fonte: supercom.it

APPUNTAMENTI

Management turistico e crescita della competitività per le imprese turistiche - Minimaster modulare per operatori del turismo (febbraio – marzo – aprile 2013)

Il minimaster affronta e sviluppa, fra gli altri, il tema del Marketing turistico attraverso il Web 2.0

Il Minimaster intende sviluppare ed approfondire alcuni aspetti del Management turistico attraverso l'analisi delle dinamiche aziendali che caratterizzano la realtà del mercato. Particolare attenzione è riservata all'organizzazione dei servizi, all'amministrazione delle imprese e degli enti, al management dei sistemi di offerta, alla gestione della destinazione, alla valorizzazione dei beni e delle risorse, alle scelte dei consumatori e all'andamento dei flussi turistici. Il corso permette di apprendere strumenti e metodologie di analisi adeguate per l'elaborazione e valutazione delle scelte strategiche.

Il minimaster ha una durata totale di 80 ore ed è articolato in 5 moduli didattici autoconsistenti.

Il terzo modulo , che si articolerà nelle giornate dell'8 **febbraio** e dell'**1 e 9 marzo**, sarà dedicato al "**Marketing del turismo e web 2.0**"

Il modulo ha l'obiettivo di fornire le basi per comprendere i principi di base del marketing turistico come ad esempio il comportamento d'acquisto dei consumatori, la pubblicità, le promozioni e gli eventi.

Argomenti trattati:

- Il marketing del turismo: il concetto di sistema
- La metodologia EASW - European Awareness Scenario Workshop (come costruire le alleanze per la condivisione di un progetto)
- Il ruolo della cooperazione nell'elaborazione di una strategia di marketing del turismo integrato
- Rapporti di cooperazione tra enti pubblici e privati del turismo
- Il ruolo dei partners pubblici e privati nel processo di pianificazione turistica
- Definizione degli obiettivi del piano per il turismo integrato
- Le mappe di attrattività della destinazione turistica
- La segmentazione del mercato turistico
- Il posizionamento dei prodotti turistici
- Marketing turistico e informatica: l'approccio customer relationship management
- Web Marketing

Per gli interessati è possibile partecipare all'intero corso oppure ai singoli moduli didattici.

Orario: Giovedì 14:00-19:00 / Venerdì 9:00-14:00

Data termine iscrizioni: 4/02/2013 – Nel caso di iscrizione ai singoli moduli l'iscrizione dovrà essere effettuata almeno 2 giorni prima dell'inizio del modulo di interesse.

Destinatari: Il Minimaster, è rivolto alle strutture ricettive: alberghi, B&B, affittacamere, agriturismi, campeggi, case vacanze; operatori stabilimenti balneari; guide turistiche; ristoratori.

Sede: Camera di Commercio – Lucca – Corte Campana 10/12

Data termine iscrizioni: 4-02-2013

Tutte le informazioni su programmi, costi e le modalità di iscrizione sono disponibili sul sito della Camera di Commercio alla pagina web: http://www.lu.camcom.it/corsi_dettaglio.php?id=503

WORLD COMMUNICATION FORUM 2013 - MILANO, Palazzo della Borsa. 10 e 11 aprile 2013

Si terrà a **Milano**, presso il **Palazzo storico della Borsa Italiana**, nei giorni **10-11 aprile**, il **World Communication Forum 2013**.

Si tratta di un appuntamento internazionale in cui confluiscono il **Forum della Comunicazione (1° giorno)** e il **Forum della Comunicazione Digitale (2° giorno)**.

Entrambi gli eventi, forti del nuovo contesto, saranno caratterizzati da: presenza di speaker internazionali, presenza di decision maker delle principali aziende multinazionali, istituzioni, partecipazione delle delegazioni delle principali associazioni di categoria internazionali, piano media internazionale (stampa, web, outdoor e TV) e da una presenza di almeno 3.000 manager nei due giorni.

Il **Forum della Comunicazione** è il principale evento italiano della comunicazione d'impresa e istituzionale, giunto alla sua 6a edizione, nel contesto del World Communication Forum coinvolge top manager, imprenditori, rappresentanti istituzionali e i principali player ed opinion leader della comunicazione, del marketing e delle RP dello scenario nazionale ed internazionale.

Il **Forum della Comunicazione Digitale** è tra i principali eventi italiani dell'innovazione digitale, che giunto alla sua 4a edizione, nel contesto del World Communication Forum coinvolge top manager, imprenditori, rappresenanti istituzionali e i principali player ed opinion leader dell'innovazione digitale dello scenario nazionale ed internazionale. "**WELCOME TO THE SOCIAL ECONOMY**" è la tematica scelta che sarà trattata nei due giorni al World Communication Forum.

Per maggiori informazioni: <http://www.worldcomforum.com/>

