



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 3 del 06/03/2013

IN EVIDENZA

Ecommerce Day a Torino, casi di successo e start-up. Torino 12 Aprile 2013

Torino ospiterà il prossimo 12 Aprile l'Ecommerce Day organizzato da Treatabit, organismo del prestigioso Politecnico del capoluogo piemontese, nato con lo scopo di promuovere e dare supporto alle nuove imprese.

L'evento si svolgerà in giornata unica e vedrà fra i suoi partecipanti **giovani imprenditori e manager di aziende** che vantano invece già una **consolidata presenza nel settore** e un successo basato sulle vendite online.

Si tratterà quindi di un'occasione per **entrare in contatto con i maggiori esperti del ramo** e veder illustrate da vicino le più importanti **case history** nonché ricevere preziosi consigli su quali siano le migliori strategie per un sito di e-commerce.

Obiettivo della giornata sarà quello di **far conoscere meglio il mondo degli acquisti online** e, più in generale, **diffondere una cultura dell'innovazione digitale**.

Perché un'intera manifestazione dedicata all'e-commerce?

Perché i dati parlano chiaro: lo scorso anno **le vendite online in Italia sono cresciute del 14%** con un significativo **+33% di nuovi utenti** che hanno approcciato questo particolare settore dedicato agli acquisti.

Grosso **aiuto alla crescita dell'e-commerce** è stato dato dai vari **dispositivi mobile** ormai molto diffusi sul territorio e grazie ai quali l'utente è in grado di interagire online praticamente h/24.

Basta questo a far capire come **avere un portale dedicato all'e-commerce di per sé non basti ad avere successo**, il settore è competitivo e stare avanti alla concorrenza è fondamentale per conquistare fette di mercato sempre più ampie.

Fra le presenze all'evento si segnala quella della **Regione Piemonte** che interverrà presentando i progetti destinati allo sviluppo di impresa, **ma anche Google e Unioncamere** che **presenteranno il già avviato progetto Distretti sul web**.

Maggiori informazioni sono disponibili sul sito web dell'evento: <http://www.ecommerceday.it/evento.php>

EVENTI/FIERE ICT

Digital Experience Festival: dal 3 al 20 maggio a Torino si parlerà di nuove tecnologie

Si terrà dal **3 al 20 maggio a Torino** la nuova edizione del **Digital Experience Festival**, iniziativa promossa e progettata dall'Associazione Culturale Luoghi di Relazione, dedicata all' **integrazione del digitale nella vita quotidiana e nel mondo del lavoro**.

Un evento che pone l'accento sulle **esperienze d'uso digitale** che sperimentiamo quotidianamente per comprendere le reali potenzialità del digitale che, se sfruttato al meglio, rappresenta un enorme vantaggio per ottimizzare e semplificare le attività di ogni giorno.

Il **Digital Experience Festival** vuole essere un'occasione di **aggregazione e confronto** sui temi della **digital experience** per tutti gli

appassionati del digitale ma anche per **aziende e professionisti** che desiderano conoscere e sfruttare le soluzioni offerte dalle nuove tecnologie.

Il programma dell'**edizione 2013 del Digital Experience Festival** prevede:

- **Digital for job** – 3 e 4 maggio – l'impatto del digitale sul mondo del lavoro.
- **Digital for business** – 7 e 8 maggio – il rapporto tra digitale e mondo business.
- **Digital for creatività** – 9 e 10 maggio – il digitale applicato alla creatività nelle sue diverse forme espressive.
- **Digital for people** – dall'11 al 20 maggio – iniziative culturali a livello territoriale, appuntamenti rivolti al grande pubblico.
- **Special project** – dal 3 al 20 maggio – iniziative speciali legate al Festival in modo trasversale.

Maggiori informazioni sul sito ufficiale dell'evento: www.digitalfestival.net

A Ferrara il Business incontra l'ICT: il 20 ed 21 maggio si svolgerà l'ICT Trade

Parte **ICT Trade** a Ferrara, un evento interamente dedicato all' **offerta ICT** e all' **incontro tra gli operatori di settore**.

La fiera si caratterizza per alcuni momenti principali, in particolare gli **incontri B2B**, che sono stati organizzati su appuntamento attraverso un programma di convegni e momenti informali dedicati specificatamente al miglioramento delle relazioni tra business e a creare nuovi contatti.

La principale differenza tra **ICT trade** e le fiere tradizionali è che quest'ultima è **in grado di creare momenti concreti di dibattito e di confronto** tra i professionisti del settore sui nuovi metodi di fare business.

L'appuntamento con la fiera per quest'anno sarà nel mese di **maggio, dal 20 al 21**.

E' possibile inviare una mail per la **registrazione**.

Data evento: 21 maggio 2013

Località evento: Ferrara - Via della Fiera, 11

Regione: Emilia Romagna

Link ufficiale dell'evento: <http://www.sirmi.it/index.html>

Social Case History: l'esperienza sociale delle PMI. Milano, 30 maggio 2013

Torna anche per il 2013 il **Social Case History Forum**, forte delle scorse tre edizioni che hanno restituito un bagaglio di ben 70 studi di casi condivisi da oltre 90 aziende italiane.

Verrà **rinnovato l'hashtag** con cui inviare i propri cinguettii, da quest'anno è **#schf13**; resta invece invariata la formula l'evento che ha avuto il merito di portare a conoscenza di un pubblico competente i dettagli più rilevanti dei **progetti di social business e social media marketing** delle aziende italiane.

Panel e tavole rotonde, portati a conoscenza da **aziende, agenzie e startup partecipanti** che avranno la possibilità di fornire **brief ed obiettivi**, ma anche **strategie, soluzioni e risultati** ottenuti attraverso i loro **progetti applicati ai social media**.

L'ingresso al pubblico al Centro Congressi Palazzo Stelline di Milano è **gratuito**.

Le iscrizioni per aziende, agenzie e startup sono aperte (<http://bit.ly/prenotaSCHF>).

Data evento: **30 maggio 2013**

Località evento: Milano - Corso Magenta, 61

Link ufficiale dell'evento: <http://www.socialcasehistoryforum.com>

E-GOVERNMENT

Inps e CUD online: ecco il video - vademecum

Sul portale della Previdenza Sociale tutte le nuove modalità per ottenere il CUD

L'INPS ha realizzato un **video illustrativo** per spiegare ai pensionati **come ottenere il CUD secondo le modalità previste per legge**. Il video è sia sul portale www.inps.it, nella sezione "INPS IN ONDA", che all'interno del canale ufficiale Youtube (<http://www.youtube.com/user/INPSComunica>).

In **140 secondi** vengono descritte tutte le modalità per ottenere la certificazione unica dei redditi di lavoro dipendente, pensione e assimilati (CUD), che da quest'anno è necessario richiedere poiché **non è più prevista la spedizione automatica a domicilio**. Le modalità per richiedere il CUD sono descritte in dettaglio nella sezione Servizi Online del portale www.inps.it.

PRIVACY

PC aziendale e Privacy: le ultime indicazioni del Garante

Il Garante si è espresso in merito al ricorso di un lavoratore licenziato sulla base di informazioni contenute nel pc aziendale che utilizzava

Il Garante della Privacy ha fornito alcuni chiarimenti circa le **modalità di controllo del pc aziendale** - fornito ai lavoratori - **da effettuare nel pieno rispetto della privacy**.

Infatti, il Garante ha stabilito che **una società non può controllare il contenuto del pc di un dipendente senza averlo prima informato di questa possibilità** e senza il pieno rispetto della libertà e della dignità del lavoratore.

La decisione del Garante è stata presa a seguito del **ricorso presentato da un dipendente licenziato senza preavviso dalla propria azienda**.

L'uomo si era rivolto sia alla magistratura ordinaria, per contestare la stessa fondatezza dell'accusa e il relativo licenziamento, sia al Garante per opporsi alle modalità con cui la società avrebbe acquisito e trattato i suoi dati. Dai riscontri dell'Autorità è emerso che una serie di documenti, sulla base dei quali il datore di lavoro aveva fondato la sua decisione, erano contenuti in una cartella personale del pc portatile assegnato al lavoratore. La società vi aveva avuto accesso quando il dipendente aveva riportato il computer in sede per la periodica operazione di salvataggio dei dati (back up) aziendali. Contrariamente a quanto affermato dall'impresa, **non risulta però che l'uomo fosse stato informato sui limiti di utilizzo del bene aziendale**, né sulla possibilità che potessero essere avviate così penetranti operazioni di analisi e verifica sulle informazioni contenute nel pc stesso.

Il Garante ha ribadito che il datore di lavoro può effettuare controlli mirati al fine di **verificare l'effettivo e corretto adempimento della prestazione lavorativa** e, se necessario, il corretto utilizzo degli strumenti di lavoro. Tale attività, però, può essere svolta solo nel rispetto della libertà e della dignità dei lavoratori e della normativa sulla protezione dei dati personali che prevede, tra l'altro che alla persona interessata debba essere sempre fornita un'adeguata informativa sul possibile trattamento dei suoi dati connesso all'attività di verifica e controllo. Il Garante ha quindi **vietato alla società ogni ulteriore utilizzo dei dati personali così acquisiti**. Sarà invece l'autorità giudiziaria a valutare l'utilizzabilità nel procedimento civile già in corso della documentazione acquisita agli atti.

Fonte: FiscoOggi.it

SOCIAL NETWORKS

Brand che gestiscono su FB una pagina ufficiale: alcuni utili consigli per aumentare la propria visibilità

E' ormai risaputo quanto sia **importante**, per un'azienda, per unbrand, **gestire lapropriapagina Facebook in maniera appropriata**, ovvero facendo molta attenzione a target di riferimento, orari di pubblicazione, tipologia di contenuti, ecc.

Da una **infografica** realizzata da Shortstack.com, Servizi.it ha ricavato **14 utili consigli per ottenere più visibilità attraverso la propria pagina fan su Facebook**

Li riportiamo qui di seguito:

1. **Essere costanti**: è importante condividere contenuti almeno 5 volte a settimana per tenere sempre alta l'attenzione dei fan sul Brand, i prodotti e le iniziative.
 2. **Scegliere l'orario giusto**: gli orari più adatti per pubblicare contenuti dipendono dal tipo di business, ad esempio l'orario più adatto per pubblicare aggiornamenti sulla pagina di un ristorante va dalle 7 di sera in poi, mentre per i negozi dalle 8 alle 2 del pomeriggio. È importante fare dei test per comprendere quale orario offre maggiore visibilità in base al target.
 3. **Utilizzare immagini accattivanti**: pubblicando degli aggiornamenti di stato che contengano immagini e video accattivanti si ottiene un maggiore coinvolgimento dei fan.
 4. **Essere brevi**: i post che presentano tra i 100 e i 150 caratteri ottengono un numero maggiore di *likes*, commenti e condivisioni rispetto a post più lunghi, in media il 60% in più.
 5. **Essere pertinenti**: i fan devono sentirsi compresi, devono percepire che la pagina conosce le loro esigenze. Conoscere bene il proprio target di riferimento è fondamentale per una comunicazione efficace sui social network.
 6. **Essere autentici**: chi segue un brand su Facebook lo fa perché è realmente interessato ai prodotti e servizi dello stesso, per questo è importante comunicare sempre con grande coerenza e nelle modalità che contraddistinguono il brand nella realtà.
 7. **Includere una call to action**: chiedere ai propri fan attraverso una *call to action* di mettere un mi piace, commentare o condividere un post è il modo più semplice ed efficace per ottenere coinvolgimento.
 8. **Usare le app**: sfruttare applicazioni aggiuntive per gestire su Facebook contest, giochi a premio e sondaggi aumenta di molto il coinvolgimento dei fan.
 9. **Essere tempestivi**: consigli e suggerimenti in tempo reale sono molto graditi dai fan, così come sono apprezzate le pagine che si preoccupano di sfatare falsi miti relativamente al proprio settore.
 10. **Condividere valore**: prima di condividere qualcosa su Facebook domandiamoci se noi, come fan, troveremmo utile o interessante tale contenuto.
 11. **Essere divertenti**: individuiamo e sfruttiamo al massimo gli elementi che il nostro target preferisce e trova divertenti come meme e video.
 12. **Offrire guide e consigli pratici**: alle persone interessano molto le guide del genere "come fare per" e i consigli utili, linkiamo contenuti che offrano delle soluzioni pratiche ai nostri fan.
 13. **Fare una lista**: i contenuti organizzati per liste piacciono molto su Facebook. Creiamo contenuti che semplifichino le informazioni elencandole, ad esempio "5 consigli per" o "10 posti in cui"... ecc.
 14. **Il contenuto giusto al momento giusto**: è importante offrire contenuti pertinenti e tempestivi anche in base al periodo, per questo è fondamentale programmare le pubblicazioni in base, ad esempio, alla nuova stagione, alle prossime vacanze o ad eventi particolari in arrivo.
- Fonte: Servizi.it

SOLUZIONI INTERNET

Oltre Youtube: sei servizi per gestire video

Quando si parla di **video online** il pensiero corre immediatamente e automaticamente a **Youtube**.

In realtà esistono **decine di altri servizi dedicati ai video**, e non solo alla loro visualizzazione o condivisione.

Alfredo Bucciantè, in un articolo scritto per HTML.it, ha raccolto **recensioni di sei diversi servizi online**, tutti **gratuiti**, che hanno come comun denominatore la gestione, creazione o condivisione di filmati.

L'articolo è accessibile alla **pagina web**: <http://www.html.it/articoli/oltre-youtube-sei-servizi-per-gestire-video-1/>.

Fonte: html.it

SugarSync

SugarSync è un servizio di **cloud storage** che offre gratuitamente 5 GB di spazio online su cui caricare documenti, foto, musica e tutto quello che vogliamo.

Il servizio è accessibile sia da web application, attraverso il browser, che attraverso le applicazioni dedicate per Windows e per Mac ed anche attraverso specifiche applicazioni mobili per android, iOS, BlackBerry, Windows Mobile e Symbian.

SugarSync offre un'interfaccia utente molto ben realizzata e soprattutto molto facile da utilizzare.

Pregevole il fatto che sia disponibile anche la lingua italiana, cosa che aiuta moltissimo nell'utilizzo delle molte funzionalità incluse.

SugarSync offre anche un'elevata garanzia di sicurezza. Tutti i trasferimenti dati avvengono tramite connessione protetta SSL utilizzando anche un processo di crittografia AES a 128 bit. Il servizio di cloud storage offre anche la possibilità di sincronizzare i propri dati archiviati su ogni nostro dispositivo. Dunque, tutti i documenti che caricheremo dal computer saranno per esempio visibili ed accessibili anche attraverso il nostro smartphone o tablet pc.

ULTIME DALL'UE

Artemis Joint Undertaking: pubblicato il bando 2013

Sulla **GU C 056 del 26 febbraio 2013** è stato pubblicato, nell'ambito del 7° programma Quadro di Ricerca e Sviluppo dell'Ue, il **bando 2013 "Artemis Joint Undertaking"**, iniziativa finalizzata alle attività di **ricerca e sviluppo nel settore delle tecnologie informatiche applicate**. **Artemis** ammette a finanziamento progetti di ricerca e sviluppo nel settore dei **sistemi applicati**, finalizzati a **creare nuove e avanzate tecnologie e ad applicarle a prodotti, processi o servizi**.

I progetti possono essere presentati da **aggregazioni composte da almeno tre soggetti** appartenenti ad almeno **tre differenti Stati membri**.

Il bando prevede un **contributo finanziario da parte del programma Artemis**, nella misura del **16,7% dei costi ammissibili**, e un **contributo da parte degli Stati membri** partecipanti all'iniziativa comune, **in misura variabile** in ragione della tipologia dei partecipanti e delle attività di ricerca condotte (il budget messo a disposizione dall'Italia ammonta a 1 milione di euro).

Il **termine ultimo** per la presentazione delle proposte è fissato al **6 giugno 2013**.

L'**annuncio ufficiale dell'invito** è consultabile sul [Portale dei partecipanti](#)

Per vedere le richieste di partenariato per questo invito, consultare il [Servizio Partner di CORDIS](#)

WEB MARKETING

Video strategie per e-commerce di abbigliamento, vini e altro. Alcuni casi di successo

La **corretta gestione di un sito di commercio elettronico** comporta l'adozione di una **precisa strategia** che consenta di **massimizzare i tassi di conversione e**, allo stesso tempo, di **ridurre al minimo i resi**. Resi che nel nostro Paese, nel settore abbigliamento, oscillano fra il **20 ed il 30%**.

Una **strategia efficace** deve prevedere la comunicazione, ai potenziali acquirenti, del **maggior numero di informazioni possibili sui prodotti offerti**, perché abbiano un'idea molto chiara di ciò che stanno acquistando.

A questo scopo **risultano utili** le recensioni degli altri utenti, le pagine (schede) prodotto ben curate e dettagliate, complete di foto descrittive, ma anche e **soprattutto i video**.

Esistono diversi tipi di video utilizzabili per **informare gli utenti suprodotti/servizi offerti on line** su un sito di e-commerce.

Pmiservizi.it ne **illustra alcuni**, molto interessanti, attraverso la descrizione di **8 soluzioni adottate con successo** da altrettante aziende appartenenti ai settori vino, abbigliamento e altri.

Il tutto alla **pagina web**: <http://news.pmiservizi.it/approfondimenti/internet-approfondimenti/video-strategie-ecommerce.html>.

Fonte: [Pmiservizi.it](#)

Social Media per il business: cosa fare e cosa non fare

Oggi **fare business attraverso i social media** è una pratica molto diffusa ma bisogna ricordare che per promuovere un prodotto o un servizio in un territorio "*social*" è **necessario avere delle accortezze particolari**.

PmiServizi.it presenta una interessante **infografica** realizzata da *TheSteelMethod.com* che illustra, in maniera sintetica ma efficace, **alcune cose da fare e altre da evitare** assolutamente quando si fa **promozione sui social network**.

L'**infografica ed il relativo articolo** sono accessibili alla seguente **pagina web**: <http://news.pmiservizi.it/approfondimenti/internet-approfondimenti/social-media-business-infografica.html>

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

Artigianato 2.0: un progetto per i giovani talenti toscani

Il progetto per promuovere gli artigiani in rete è stato lanciato da IED Firenze, Osservatorio dei Mestieri d'arte della Cassa di Risparmio di Firenze e Istituto nazionale di Design

Giovani artigiani toscani e allievi dello IED di Firenze insieme per **promuovere l'hand made prodotto nella nostra regione**.

È il progetto **progetto OmA-IED Talent and Knowledge Cooperation**, lanciato dall'**Osservatorio dei Mestieri d'Arte (OmA)** dell'**Ente Cassa di Risparmio di Firenze** in collaborazione con l'**Istituto Internazionale di Design** per aiutare chi investe sulla propria creatività ad avere un po' di riconoscibilità nella sterminata galassia del web.

Poiché trovare un canale per far conoscere le proprie idee e la propria produzione non è affatto semplice OmA ha lanciato, nel luglio 2011, **OmAVentiQuaranta.blogspot.it**, una sorta di "**talent scout**" **virtuale** in cui, giovani artigiani dai 20 ai 40 anni, possono davvero "trovare il loro spazio".

Un blog dinamico che oggi accoglie oltre 50 protagonisti del panorama nazionale dell'hand made: eco e textile designers, orafi, stilisti, maestri della cartapesta, restauratori e decoratori, tutti artigiani che hanno una storia e un sapere da trasmettere che ogni giorno affascina e incuriosisce i visitatori, giunti ormai a quota 94mila.

E come "talent scout", interessato alle tendenze creative contemporanee, OmAVentiQuaranta ha pensato allo **IED Firenze**, scuola di riferimento per l'**alta tecnologia e l'alto artigianato** che offre **percorsi formativi**, nell'ambito della **moda, del design e delle arti visive**, rivolti all'integrazione del sapere artigianale con le nuove tecnologie: un mix tra "hand made" ed innovazione.

Per l'attuazione del progetto, un **gruppo di artigiani del blog** si è "**prestato**" come **oggetto di studio per altrettanti studenti dello IED** che stanno frequentando il semestre in Fashion Communication e che ideeranno una **proposta di comunicazione capace di migliorare la visibilità dell'artigiano** che gli è stato assegnato attraverso l'uso delle nuove tecnologie e la creazione di un progetto di start-up o di un piano di marketing. Questa prova, per la quale sono aiutati da professori qualificati, sarà conclusa con la fine del corso.
fonte: inToscana

STUDI, RAPPORTI, ANALISI

Indagine "Quant'è social la tua azienda": i social media sempre più presenti nel marketing mix delle aziende italiane, ma ancora poco visti come strumenti di business

I social media sempre più presenti nel marketing mix delle aziende italiane ma ancora poco considerati come strumenti di business

eCircle, società di Teradata ha reso noti risultati della seconda edizione dell'indagine **"Quanto è social la tua azienda?"**, condotta in collaborazione con ANVED e CRIBIS D&B e volta a fornire **una fotografia dell'effettivo utilizzo dei social media da parte delle aziende italiane**.

L'indagine vuole analizzare e verificare le potenzialità e l'**effettiva diffusione dei canali social**, come strumenti a disposizione delle aziende italiane, per raggiungere obiettivi di marketing e vendita.

Rispetto allo scorso anno, dalla ricerca emergono una **maggiore consapevolezza degli obiettivi perseguibili con i social media e una visione strategica più integrata**, che vede i canali social mescolarsi in modo sempre più omogeneo con gli altri canali del marketing mix.

Se da un lato, questi stanno acquisendo sempre più importanza, dall'altro resta ancora poco chiara la strategia messa in atto dalle aziende proprio per indirizzare l'utilizzo di questi strumenti.

Infatti, sebbene 7 aziende su 10 dichiarino di aver compreso l'importanza dei social media e di averli introdotti nella propria strategia, **per il campione intervistato questi canali permettono soprattutto di aumentare l'interazione con i consumatori e di raccogliere opinioni, mentre non vengono visti come uno strumento per creare direttamente opportunità di business**.

Lo studio ha rivelato che il **77% delle aziende italiane** (due punti percentuali in più rispetto allo scorso anno) **sta effettivamente utilizzando i social media**. Tra i settori più attivi in ambito social emergono le aziende di e-commerce (94%), retail (91%) e le Onlus o in genere le organizzazioni non profit (81%). Le aziende italiane utilizzano i social media soprattutto **per consolidare e trasmettere i valori del proprio brand (57%)**, nonché per **comunicare e interagire con i clienti (53%)**.

Cresce l'impiego dei canali social anche **per promozioni e vendite (34%)**, **acquisizione di lead (33%)** e **raccolta feedback su prodotti, attività e servizi (26%)**.

In Italia **Facebook rimane il social media più utilizzato**, seguito dai **canali di condivisione di video** e foto (tra cui il più recente Pinterest) e i **network professionali** (primo fra tutti LinkedIn). La presenza delle aziende sui social media avviene prevalentemente tramite fan page (65%), profili e canali (58%), anche se crescono gli investimenti in advertising (29%) e applicazioni (20%).

In quest'ultimo anno, i **social media occupano un posto all'interno del marketing mix**, anche in un'ottica di **marketing multicanale**: sono infatti utilizzati per generare traffico sul sito, per raccogliere nuovi iscritti per la newsletter e per incentivarne la condivisione sui profili degli utenti.

Di rilievo, che circa un **quarto delle aziende che utilizza i social media** abbia già scelto di **integrarli con il CRM**, per arricchire i profili degli utenti, con importanti informazioni legate al comportamento o alle preferenze d'acquisto.

Solo un quarto delle aziende intervistate dichiara di **misurare il ROI generato dall'attività di social media marketing**. I settori più attenti alla misurazione del ROI sono vendite a distanza (66%) ed e-commerce (58%). A oggi, i criteri più diffusi per la misurazione delle performance dell'attività sui social media sono le visite al sito internet, seguono i lead raccolti e l'aumento delle vendite.

In generale, comunque, **il livello di soddisfazione è ancora moderato** e solo il 12% delle aziende si ritiene pienamente soddisfatto. Il trend sugli investimenti nell'attività di social media marketing rimane positivo: per il 43% degli intervistati ci sarà un aumento nel 2013, rispetto all'anno precedente, e anche il 53% delle aziende, che ancora non sfrutta questi canali di comunicazione, dichiara che aumenterà l'impiego dei social media entro i prossimi 24 mesi (il 24% entro l'anno).

L'indagine è stata realizzata dal 10 al 27 gennaio 2013 ed ha coinvolto 338 aziende tramite una survey online.

Per scaricare l'Executive Summary dell'Indagine "Quanto è social la tua azienda?" : <http://www.ecircle.com/it/eventi/fiere-interventi/2013/aziende-italiane-e-social-media-2013.html>.

Fonte: Comunicato Stampa eCircle

Indagine sulle competenze più richieste dalle aziende italiane in ambito IT: in forte crescita i professionisti in ambito APP

Per chi sta cercando **lavoro nel mondo IT** può essere utile sapere quali sono le **competenze più richieste dalle aziende italiane** quando scelgono un freelance o un'agenzia.

Ce lo dice **Twago**, azienda numero uno per il cloud work in Europa, che, a seguito di una **indagine**, ha stilato una **classifica**.

L'indagine Twago ha messo in evidenza come, grazie alla notevole diffusione delle app, la domanda di professionisti in tale ambito sia in costante e massiccia crescita. In pratica **la richiesta per la realizzazione di app per iPhone e Android è più che raddoppiata**.

Secondo la classifica di Twago, infatti, la **domanda di programmatori per iPhone** è cresciuta del 179%, seguita dalla domanda di programmatori per Google Android che è aumentata del 138%.

Seguono poi realtà sempre più importanti ed in continua espansione nel nostro Paese, ovvero Javascript (+ 70%), HTML (+ 66%), Java (+57%), PHP (+ 43%), CSS (+ 37%) e MySQL (+ 36%), e si affacciano per la prima volta, nella classica "top ten" dei primi dieci, la programmazione in HTML5 e Objective-C.

Secondo Twago nel 2013 **questa crescita aumenterà notevolmente** data la presenza sul mercato dell'iPad Mini di Apple e dei dispositivi con Windows Phone 8, che sicuramente accresceranno la concorrenza tra i produttori di smartphone.

Fonte: Pionero.it

Digital ed ICT: un mercato ed un mondo in crescita, nonostante la crisi globale

Dal Rapporto Assinform 2013 L'ICT si conferma uno dei pochi settori immune dalla stagnazione di questi anni, sebbene l'IT tradizionale sia in caduta libera, facendo registrare un -5.8%

In questo periodo di crisi economica mondiale, esistono un **mondo, settore, un mercato che continuano a crescere**: quelli del **digitale e dell'ICT**.

E' quanto emerge dal Rapporto **Assinform 2013**, prodotto dall'**Associazione Italiana per l'Information Technology**, del quale **i-dome**, nell'articolo di **Nicodemo Angi**, presenta una interessante **anticipazione/sintesi** che riportiamo qui di seguito.

Scorrendo il Rapporto Assinform, si può evincere un andamento molto difforme sia per area geografica sia per tipologia di mercato. Confrontando, ad esempio, i dati mondiali con quelli italiani si scopre che **il nostro Paese viaggia in controtendenza**.

Se il Global Digital Market, che aggrega l'economia digitale mondiale, cresce del 5,2% nel 2012, superando i 4.219 miliardi di dollari e rappresentando quasi il 6% del PIL mondiale, **l'Italia è scesa dell'1,8 %**. Il dato aggregato dell'ICT, comunque migliore rispetto al calo del 2,4 % dell'economia italiana nel suo complesso, non è però sufficientemente dettagliato.

Scomponendolo si scopre, infatti, **la crisi dei servizi ICT tradizionali (-4,7%)**, il cui valore è **più del 50 % del mercato**, a cui si contrappone **la crescita del 7,2% dei contenuti e della pubblicità digitale** e quella (+2,4%) del software e delle soluzioni ICT.

Esiste un'economia digitale in rapida crescita, come testimoniato dal **+ 62% nelle vendite di smartphone**, dalle 2,1 SIM per ogni utilizzatore di

cellulari e dal fatto che a Internet accede ormai 68% del totale della popolazione italiana. Se esiste poi un'economia "social" è interessante sapere che **gli utenti italiani di Facebook & Co. sono arrivati a quota 17,8 milioni**. Attualmente l'Italia conta quasi **12 milioni di utilizzatori dell'e-commerce** (circa il 28 % di chi accede ad Internet), quota favorita anche dalle massicce vendite di tablet (più di 2 milioni nel 2012) e di smartphone (quasi 9 milioni). Il prezzo medio di questi ultimi, mediamente più elevato rispetto ai cellulari normali, ha generato un valore quasi triplo rispetto a questi ultimi.

Gli scenari italiani di settore per il 2013 non sono buoni ma dipendono anche dalle condizioni al contorno. **Paolo Angelucci**, presidente di **Assinform**, ha infatti riferito che *"le stime per il 2013 non possono non essere segnate da un profondo pessimismo: ci attendiamo, infatti, un'ulteriore contrazione del -3,6% nel Global Digital Market (GDM), con l'IT tradizionale in caduta libera a -5,8%, un fatto che avrà pesanti ricadute soprattutto sull'occupazione essendo il settore, che attualmente impiega circa 400 mila addetti, alquanto labour intensive. Se si avvierà un vero cambiamento del quadro di riferimento, correggendo gli assetti attuali e accelerando, per esempio, il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda Digitale portando il suo braccio operativo, l'Agenzia per l'Italia Digitale, sotto la massima responsabilità politica, ovvero Palazzo Chigi, si potrebbe invertire la tendenza del GDM portandolo ad una contrazione del solo 1,5%"*.

Altre misure che potrebbero contribuire ad un risultato benevolo sono il **rendere il credito di imposta per la ricerca e l'innovazione una misura strutturale**, dare una rapida ed equa **soluzione al grave problema dei debiti della PA** verso le imprese e aprire **linee di finanziamento alle aziende** che investono in innovazione.

Aggiunge **Capitani**, per delineare meglio un quadro non proprio roseo, che *"in Italia sembra ampliarsi il solco fra chi intraprende la strada dell'innovazione e chi - suo malgrado perché costretto dalla crisi o per vera e propria miopia - sceglie di non scegliere e di opporre resistenza al cambiamento: la cosa vale per imprese, pubbliche amministrazioni e anche per famiglie e cittadini che sottovalutano i vantaggi del Web"*.

Consoliamoci registrando il fatto che **aumenta rapidamente la penetrazione degli E-Book Reader** (+ 16,5 %) e quella delle **Smart Tv** (+ 32% in valore con oltre 1,6 milioni di unità vendute), piattaforme che offrono quindi orizzonti interessanti a chi voglia creare, per esse, contenuti e servizi.

Fonte: *i-dome.it* /articolo Nicodemo Angi

PORTALI ISTITUZIONALI

World Pass, la piattaforma per l'internazionalizzazione

La piattaforma nasce dalla collaborazione di Unioncamere, ICE e Ministero Affari esteri

È on line, da non molto, il sito www.worldpass.camcom.it, **sportello per l'internazionalizzazione** – nato dalla collaborazione di **Unioncamere, Agenzia ICE e Ministero degli Affari esteri** finalizzato a fornire alle imprese **servizi di primo orientamento**, assistenza e informazione specialistiche legate all' **attività con l'estero**.

Il sito offre molteplici **sezioni informative**, tra cui il servizio "l'esperto risponde", gli aggiornamenti circa le opportunità offerte dai mercati esteri, la documentazione necessaria per esportare verso i paesi di interesse e molte altre.

A breve sarà realizzata un'**unica piattaforma informatica** che garantirà la piena **interazione tra i diversi Sportelli della rete** e fra questi e le altre istituzioni centrali e regionali.

La piattaforma metterà a **fattore comune i patrimoni informativi della rete nazionale ed estera delle Camere**, degli **uffici dell'Agenzia ICE**, delle **ambasciate** e degli **uffici consolari**, consentendo anche l'aggiornamento in tempo reale dei report sui Paesi e le risposte all'utenza sulle diverse aree geografiche di interesse.

Il sito è consultabile al seguente indirizzo: <http://www.worldpass.camcom.it/>

APPUNTAMENTI

Gli aspetti legali del Commercio Elettronico ed i contratti on line. Lucca, 10 aprile 2013 - Camera di Commercio di Lucca - 10 aprile 2013

Il **Commercio Elettronico**, ovvero la vendita di prodotti e servizi tramite Internet, rappresenta un fenomeno in costante crescita tanto che oggi il settore ricopre, anche nel nostro Paese, una quota significativa dell'intero volume d'affari del commercio globale.

Il settore e-commerce offre quindi all'impresa **straordinarie opportunità** in termini di penetrazione e conferma sui mercati ma la realtà spesso evidenzia una scarsa conoscenza delle dinamiche, delle **condizioni di legittimazione all'attività** e delle **regole** che la disciplinano.

Obiettivo del seminario, organizzato dalla **Camera di Commercio di Lucca** in collaborazione con **Toscana Promozione**, è fornire le nozioni generali sul fenomeno delle transazioni nel commercio elettronico, individuando **le normative nazionali ed internazionali** più efficaci per organizzare la vendita elettronica di beni e servizi e per stipulare i relativi **contratti**.

Proprio al tema dei **contratti telematici** è dedicato il focus che si svolgerà nella **sessione pomeridiana**.

Il seminario è rivolto a *Imprenditori, Responsabili aree commerciale, marketing e comunicazione, Responsabili del sito web aziendale e del commercio elettronico, Web agencies, Consulenti e professionisti della net-economy*

La **partecipazione è gratuita**. L'iscrizione deve pervenire entro il 9 aprile 2013

Relatore: Avv. Andrea Gattamorta – Studio LGA - Bologna

Sede: Camera di Commercio di Lucca – Corte Campana, 10 - 55100 Lucca (Sala dell'Oro)

Data termine iscrizioni: 9-04-2013

Programma e scheda di adesione on line sono accessibili dalla pagina:

http://www.lu.camcom.it/corsi_dettaglio.php?id=517

Contatti:

Ufficio Politiche Comunitarie Eurosportello

Tel. 0583 976.633 / 625

e-mail: europsortello@lu.camcom.it

BIBLIOTECA

SMART CITIES. Gestire la complessità urbana nell'era di Internet

Internet sta cambiando le nostre città, innovando in modo dirompente ormai ogni ambito dell'organizzazione e della vita cittadina.

Tuttavia **le Governance locali e le persone** non ne sono del tutto consapevoli e **subiscono l'innovazione** piuttosto che trarne tutti i benefici economici e sociali che questa offre.

Dietro il termine smart cities, che pure qui utilizziamo, si nasconde quasi sempre **un'idea di innovazione come digitalizzazione dell'esistente**, incentrata più sulla quantità di software e di hardware che sul ruolo di chi li usa e di chi abita la città.

Oggi è invece **necessario ridefinire la "cittadinanza"** negli ambienti urbani e mettere **le persone**, meglio i city user, **al centro del processo di cambiamento**. Tra lavoratori "nomadi" e "oggetti parlanti", il libro narra proprio l'innovazione della città sospinta dall'uso di Internet, offrendo una panoramica degli scenari che si stanno prefigurando grazie **all'esplosione del social networking, del cloud computing, di Internet of Things, dei device mobili**. Soprattutto per la prima volta viene proposta, alle amministrazioni cittadine e alle imprese che traggono il loro business dall'innovazione negli ambienti urbani, una metodologia per governare i processi innovativi.

"Smart Cities", di **Michele Vinello**, è un libro per coloro che – **amministratori, urbanisti, vendors** – non hanno rinunciato a sognare un mondo migliore e ritengono che la città vada ripensata recuperando visione e strategia. **"Smart Cities"** è **rivolto anche ai cittadini**, perché acquisiscano la consapevolezza che solo gli uomini, attraverso i processi di condivisione esaltati da Internet, possono essere i protagonisti della formazione e della diffusione dei processi cognitivi e del sapere.

Nota sull'autore: Michele Vianello Dirige il Parco Scientifico e Tecnologico VEGA. È stato Vice Sindaco di Venezia, la città in cui vive. Da anni studia l'impatto economico e sociale che le tecnologie, frutto della diffusione di Internet, hanno sulle persone e sugli ambienti urbani. Con questo approccio ha sviluppato la sua attività amministrativa e professionale di "concreto innovatore". Ha pubblicato numerosi libri e scritti sull'innovazione I.T. reperibili su Internet. L'attività dell'autore è quotidianamente "disponibile" sui social network e sul suo blog <http://www.michelecamp.it/>. Ma non cercatelo in un posto fisso, Michele è un #nomadworker.

Titolo: *Smart cities: gestire la complessità urbana nell'era di Internet*

Autore: Michele Vinello

Editore: Maggioli editore

Anno di edizione: 2013

Pagine: 194 Costo: € 24,00

