



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 4 del 29/04/2013

IN EVIDENZA

Travel 2.0 - Cluster di seminari articolato su 3 livelli riguardante il mondo del Travel 2.0 Lucca, Camera di Commercio. 6, 16, 28 maggio 2013.

Sempre più i nostri viaggi partono da un'esperienza on line : le decisioni più importanti sulle mete, gli itinerari e i punti di interesse sono condizionati dalle impressioni avute sulla Rete.

Diventa pertanto indispensabile, per l'operatore turistico, essere presente su internet soprattutto di esserlo in modo efficace.

Sulla base di tali premesse la Camera di Commercio di Lucca, in collaborazione con Toscana Promozione, ha organizzato un percorso di tre seminari che affronterà i temi del Web Marketing, del Social Media Marketing fino ad arrivare al mondo del "Mobile" con le applicazioni per tablet e smartphone.

Si tratta di temi di forte attualità, che rappresentano, in particolare per il settore turistico, le sfide del momento da affrontare con la giusta preparazione e consapevolezza.

I partecipanti ai seminari potranno ricevere, su richiesta un check up gratuito della loro struttura sulla base delle tematiche trattate nei seminari.

La partecipazione ai seminari è gratuita

1. WEB MARKETING 2.0.-Il concetto di campagna, web tools, video, mobile e analytics. 6 maggio 2013. Ore 9:30 - 13:30

Programma in sintesi:

- Cos'è una campagna di web marketing
- Esempi, presentazione di modelli di benchmarking (casi di successo e non)
- Panoramica sui principali tools da utilizzare nelle fasi di implementation, monitoring e reporting.

2. SOCIAL MEDIA MARKETING. Brand awareness, customer retention e advertising con i social 2013. 16 maggio 2013. Ore 9:30 - 13:30

Programma in sintesi

- Come si possono utilizzare gli strumenti "social" nel mondo del Travel
- Il concetto di brand awareness e di customer retention
- Le campagne di Social Media Marketing

3. MOBILE REVOLUTION IS NOW. Mobile marketing, app e oltre. 28 maggio 2013. Ore 9:30 - 13:30

Programma in sintesi

- Attuali tendenze del mondo mobile
- Strumenti a disposizione degli operatori del settore Travel
- Strategie di mobile marketing

Informazioni dettagliate sul contenuto dei singoli seminari nonché sulle modalità di adesione e di prenotazione del check up gratuito, sono disponibili sul sito della Camera di Commercio di Lucca alla pagina web: http://www.lu.camcom.it/corsi_elenco.php

#SOME: è made in Pisa il dispositivo intelligente

Il prodotto elettronico realizzato da studenti, dottorandi e ricercatori di Ingegneria dell'Università di Pisa dialoga con i social come Twitter e reagisce alla temperatura percepita ed ai rumori.

Si chiama #SOME, ovvero "awe some thing", cosa stupefacente, il nuovo prodotto elettronico realizzato da studenti, dottorandi e ricercatori di Ingegneria dell'Università di Pisa che fanno parte del FabLab Pisa e del Leaning Lab.

Si tratta di un oggetto "intelligente" che interagisce con l'ambiente esterno e dialoga e comunica attraverso la Rete dati e informazioni.

I tre dispositivi di #SOME presentati sabato 30 marzo al GreenTech a Pisa sono infatti oggetti sociali che parlano tra loro twittando il loro "stato", dalla temperatura della stanza in cui si trovano, al grado di illuminazione percepita ai rumori.

I dispositivi hanno la forma di tre tessere di puzzle, ciascuna delle quali presenta una piccola cupola sulla sommità. Quando vengono sfiorate reagiscono al tocco vibrando e facendo illuminare la cupola di un colore rosso che aumenta al permanere del contatto.

Le tre #SOME sono infatti intrinsecamente differenti: awe si illumina a tempo di musica quando sente una canzone, mentre some e thing si scambiano informazioni ed emozioni quando vengono connesse fisicamente.

Dal punto di vista più squisitamente tecnico ogni #SOME è costituito da una parte meccanica (un involucro stampato con una stampante 3D), una parte elettronica (costituita da un Arduino 2009, un'ethernet shield e uno shield per i sensori e gli attuatori) ed un po' di software.

Come "proto oggetto" #SOME è stato dotato di un sensore di temperatura, un microfono, un sensore di contatto e come attuatori ha un led RGB e un vibracall.

Ma rispetto alle "cose" o agli oggetti della vita di tutti i giorni, #SOME parla con gli altri suoi simili, fisicamente connessi, e parla via Internet con gli altri #SOME remoti che condividono la stessa struttura meccanica, elettronica e software.

"Se #SOME si trova in una stanza calda d'inverno, se viene contattata via twitter o se viene toccata dal suo "padrone" - spiegano i suoi ideatori - è felice e si illumina di colori caldi, altrimenti è triste e quasi spenta, ma si attiva non appena sente un rumore nei paraggi".

Fonte: intoscana

WE.COME:un progetto europeo "mobile" oriented

Il progetto promosso da Lucca Promos ha scelto di utilizzare gli strumenti Travel 2.0 per il conseguimento dei propri obiettivi: la promozione turistica e culturale dei Paesi aderenti e delle piccole e micro imprese dei settori turistico e turistico-ricettivo.

I turisti, oggi, non si separano mai dal loro smartphone: lo utilizzano da casa per informarsi e "scegliere" le proprie mete e durante la vacanza stessa per "costruirla" in corso d'opera ed arricchirla di esperienze.

Perché dunque rimanere a guardare? La "Mobile Revolution" è adesso!

Di questa ormai conclamata verità ha fatto tesoro il progetto europeo **WE.COME** (*hidden WondERS of our COMmon European heritages*) promosso da **Lucca Promos** (azienda speciale della Camera di Commercio che si occupa di internazionalizzazione) in qualità di capofila di un partenariato europeo che ha coinvolto altri 4 partner di altrettanti Paesi "eu": **Gran Bretagna Turchia, Grecia ed Albania**

Il progetto ha risposto all'obiettivo generale dello **sviluppo del territorio** attraverso la promozione di **due itinerari culturali** già riconosciuti dal Consiglio d'Europa come "itinerari turistico-culturali d'eccellenza", ossia l'itinerario dell' **Albero di Olivo** e l'itinerario dei **Parchi e Giardini**, percorsi che ritrovano in molti dei Paesi membri dell'Ue e che contribuiscono a rafforzare l'identità culturale e paesaggistica europea sia nei confronti di chi in Europa ci vive che nei confronti dei paesi terzi.

La principale attività fra quelle sviluppate nei 12 mesi di vita del progetto, è stata l'elaborazione, da parte di ciascun paese partner, di **pacchetti viaggio lungo i propri itinerari** costruiti coinvolgendo dinamicamente, nelle attività di progetto **micro e piccole imprese** collocate lungo le rotte- *agriturismi, ristoranti, rifugi, piccoli musei artigianali, cooperative di guide turistiche, agenzie di viaggio e tour operator.*

E' in questo contesto che si inserisce la **strategia** adottata dal progetto che, seguendo **le tendenze del mondo "mobile"**, ha scelto di utilizzare gli strumenti di web marketing da questo messi a disposizione e che si addicono in maniera ottimale al settore turistico-culturale.

Per promuovere non solo le attività di WE.COME ma anche e soprattutto gli itinerari, i pacchetti turistici e le imprese, i gestori del progetto hanno infatti deciso di allestire una **versione "mobile" del sito** dedicato al progetto stesso, versione che si configura come un importante strumento a disposizione sia dei **turisti** che degli **operatori turistici**:

- **I primi** potranno accedere ai dati delle strutture, avvalersi dei servizi di geolocalizzazione che consentiranno una migliore fruibilità degli itinerari proposti e del territorio nel suo insieme e, infine, potranno approfondire la storia del luogo visitato, grazie alle complete schede descrittive delle attrazioni dei siti e dei luoghi.

- **Gli operatori turistici**, invece, potranno promuoversi gratuitamente nonché entrare nei circuiti internazionali del turismo in cui spesso, causa le loro piccole dimensioni, hanno difficoltà ad inserirsi.

Il progetto è presente inoltre su **Facebook** e **Twitter**.

We.Come è di fatto un esempio concreto dell'utilizzo degli **strumenti "Travel 2.0"** quale **leva per un posizionamento competitivo nei mercati** nazionale, europeo ed internazionale delle piccole e medie imprese turistico-ricettive e di intere aree territoriali a valenza turistico-culturale che possono, tramite i nuovi strumenti, diffondere e radicare fra i clienti esistenti e potenziali, la sfera valoriale che caratterizza ed identifica la propria realtà.

LINKS:

Sito We.Come: <http://www.wecome.eu>

Sito versione mobile: <http://www.wecome.eu/index.php/home-mobile?jtrnoredirect=1>

Twitter: https://twitter.com/wecome_eu

Facebook: <http://www.facebook.com/pages/Wecome/320218088075448?ref=hl>

Flickr: http://www.flickr.com/x/t/0098009/photos/we_come/

Il 23 maggio a Pisa il Privacy Day Forum 2013

Si svolgerà il **23 maggio**, presso il Palazzo dei Congressi di Pisa, il **3° Privacy Day Forum**, evento organizzato da **Federprivacy**.

L'evento, che ricevuto il patrocinio del **CNR** Area delle Ricerche di Pisa, vedrà l'intervento del presidente dell'ente pisano, Domenico Laforenza, che parlerà di regole **sul diritto all'oblio**, con suo intervento intitolato "Privacy, reputazione e diritto all'oblio nell'era di internet".

Tra gli ospiti di onore sarà anche **Augusta Iannini del Garante per la Protezione dei dati personali**, che, nel suo intervento in programma nella sessione pomeridiana spiegherà *"Come si è evoluta l'Autorità Garante per raccogliere le nuove sfide della privacy"*, in vista del nuovo Regolamento Europeo che prossimamente andrà a sostituire l'attuale Codice della Privacy Italiano, entrando in vigore nei 27 stati membri UE, che si troveranno tutti contemporaneamente sotto un unico ombrello normativo.

Sarà una giornata all'insegna delle **best practices** da adottare quando si gestiscono i dati per sfruttare al massimo i vantaggi offerti dalle nuove tecnologie, senza però incorrere in violazioni o in sanzioni, in chiave operativa per una gestione snella della privacy, ma con l'occhio attento sulle regole poste dalla normativa sulla protezione dei dati.

I dettagli del **programma** messo a punto dal **Comitato Scientifico** di Federprivacy, già disponibili:

si spazierà a tutto campo, dal **"privacy by design"**, all'uso consentito e non della tecnologia nelle **indagini investigative**, dai limiti di legge per i sistemi che utilizzano **dati biometrici** come le impronte digitali o il timbro della voce, alle misure da adottare per tutelare la propria **privacy online** e quando si usano tablet e cellulari. Molti interventi scenderanno naturalmente nei dettagli del prossimo **regolamento europeo** per capire cosa implicherà per le aziende il principio di **"accountability"**, come si evolveranno gli scenari con l'introduzione della figura del **"privacy officer"**, per sapere poi di più sugli **"statements"**, ovvero quei documenti che le imprese avranno l'obbligo di redigere a conferma che l'abolizione del Dps è stata di fatto una semplificazione frettolosa. Ma si parlerà anche di **privacy sui banchi di scuola**, di **"etichette intelligenti"**, di **crittografia e profilazione** dell'interessato, delle trappole del **social engineering**, dei cambiamenti della giurisprudenza in materia di **videosorveglianza** in seguito alle ultime pronunce, di **dati sensibili nelle strutture sanitarie**, delle best practices da adottare a difesa di **tablet e smartphone**, e quest'anno ci saranno anche tutta una serie di approfondimenti tematici dedicati alle tematiche privacy di specifiche categorie professionali, grazie ad un programma parallelo di **workshop** che si svolgeranno nella sala adiacente la plenaria.

Sono previsti i crediti formativi per i professionisti che parteciperanno al Privacy Day Forum del 23 maggio 2013: per **gli avvocati, i commercialisti e i consulenti del lavoro**, sono infatti stati riconosciuti ben **n.8 crediti**.

La partecipazione è gratuita per tutti previa **richiesta di accredito** online sul sito www.federprivacy.it.

Se vuoi prenotare la tua partecipazione al Privacy Day Forum 2013, ma non sei ancora un utente del sito Federprivacy, **registrati gratis**, e poi **iscriviti** all'evento.

Fonte: Federprivacy.it

EVENTI/FIERE ICT

Il Web e l'attuale società 2.0, terza edizione per l'Internet Festival

Anche quest'anno Pisa ospiterà l'Internet Festival. Possibile fin da adesso proporre interventi su Internet e sul 2.0 Pisa ospiterà, anche quest'anno, la **terza edizione dell'Internet Festival** e sarà è per quattro giorni punto di riferimento in Europa per tutto ciò che riguarda il web e la multimedialità in generale.

Save the date, la manifestazione si svolgerà dal **10 al 13 Ottobre 2013**.

Al centro dell'evento: Rete e rivoluzione digitale, come è cambiato Internet e in che modo il progresso 2.0 ha influenzato la vita e la società attuale.

Sarà occasione come sempre per **partecipare e/o assistere a incontri e confronti, seminari e laboratori, spettacoli e performance** al solito caratterizzati da realizzazioni fuori dagli schemi, grazie alla presenza e al supporto nell'organizzazione di **esperti del settore** coadiuvati da **artisti, appassionati e influencer della Rete**.

Anche questa edizione, nonostante la non felicissima congiuntura economica, **sarà un appuntamento di grande richiamo**, già da oggi è infatti confermata la presenza di grandi **ospiti di livello internazionali**.

Confermato anche il **supporto dei principali organi istituzionali** quali il **Comune**, la **Provincia** e la **Camera di Commercio di Pisa** insieme alla **Regione Toscana** ma non manca il supporto di alcuni prestigiosi organi di ricerca, quali il **CNR**, l'**Università degli Studi di Pisa**, la **Scuola Normale Superiore** e la **Scuola Superiore Sant'Anna**.

Ovviamente sono aperte le "call for proposals" per chi volesse proporre un intervento per illustrare una delle molte possibilità che la Rete offre in questo periodo, dal successo delle piattaforme del social 2.0 all'avvento di smartphone e tablet che hanno portato alla nascita del mobile marketing e molto altro ancora.

LINKS utili

Ulteriori informazioni sull'Internet Festival 2013 sul [sito ufficiale dell'evento](#) e anche, via Twitter, seguendo l'utente **@Internetfest** e l'hashtag **#IF2013**.

PRIVACY

Fatti smart! Le indicazioni del Garante per tutelare la tua privacy quando usi smartphone e tablet

Il rapporto tra **privacy e Internet** è delicato quanto complesso ed il massiccio utilizzo di **smartphone e tablet** che ci accompagnano ovunque e ci consentono di essere praticamente sempre connessi alla rete, non fa altro che **aumentare il rischio** che la nostra riservatezza venga violata.

Questo soprattutto in considerazione del fatto che **questi dispositivi contengono e custodiscono parti importanti e spesso delicate della nostra vita**, come foto, filmati, messaggi, dati telematici o la posizione geografica dove ci troviamo in ogni istante della giornata.

Ma quanti di noi sono **consapevoli** di questi rischi e quanti, pur essendolo, prendono delle **precauzioni** in merito?

Per sensibilizzare gli utenti italiani sull'importanza del tema, il **Garante della privacy** ha realizzato "**Fatti smart!**", un video *tutorial* con il quale vengono suggeriti e raccomandati alcuni semplici ma **fondamentali accorgimenti per proteggere la privacy su smartphone e tablet** e dove si ricorda, peraltro, che è sempre **possibile rivolgersi agli uffici del Garante** stesso per ottenere informazioni e chiarimenti o per richiedere interventi a tutela della propria riservatezza.

Qui di seguito il **link** alla pagina web "**Fatti smart!**" con l'accesso al video:

<http://www.garanteprivacy.it/fattismart>.

Fonti: sito Garante Privacy e Pionero.it

SOCIAL NETWORKS

Addio alla privacy su FB: 'segreti' e gusti personali svelati dai "mi piace"

Nella piazza virtuale i gusti, le caratteristiche, i **dati personali** e persino **le scelte piu' intime di vita** di milioni di persone rischiano di finire in mani altrui, magari complice un **'mi piace'** di troppo su Facebook.

Una **nuova ricerca**, pubblicata su **'Pnas'**, mostra come **si possano realizzare stime** sorprendentemente accurate **sull'età, il QI, la sessualità, la personalità**, perfino **l'uso di sostanze** e le **opinioni politiche** degli utenti di **Facebook**, e tutto questo grazie alla semplice **analisi automatizzata dei 'mi piace' su FB**, un tipo di informazione attualmente pubblica per impostazione predefinita.

Nello studio, i ricercatori descrivono i **'mi piace'** su Facebook come una **"classe generica"** di registrazioni digitali - simile alla ricerca sul web e ai dettagli sulla navigazione quotidiana - e suggeriscono che proprio questo **'grimaldello'** potrebbe essere utilizzato per **ricavare informazioni sensibili praticamente su qualsiasi cybernauta** che va regolarmente online senza troppe precauzioni. Una sorta di **'Grande Fratello' invisibile** ma virtualmente onnisciente, che incombe su milioni di inconsapevoli internauti.

I ricercatori del **Cambridge's Psychometrics Centre**, in collaborazione con il **Microsoft Research Cambridge**, hanno analizzato un **set di dati di oltre 58.000 utenti di Facebook** statunitensi, che hanno **offerto volontariamente i dettagli** sui propri gusti, il profilo demografico e risultati di test psicometrici attraverso l'applicazione myPersonality.

I volontari hanno anche accettato di fornire i propri dati, dando il consenso alla registrazione delle informazioni per l'analisi.

I **'mi piace'** su Facebook sono stati **'tradotti' in algoritmi** e corroborati dalle informazioni dedotte dal profilo e dai test di personalità. I ricercatori hanno creato così dei **modelli statistici** in grado di **prevedere dati, dettagli intimi e gusti personali** solo grazie ai **'mi piace'**. Tutto ciò con una **precisione sorprendente**.

I modelli hanno dimostrato un **88% di accuratezza** quanto alla capacità di stimare il **sexo maschile**, un **95% di precisione** nel distinguere **tra afro-americani e bianchi** e un **85%** nell'individuare **repubblicani e democratici**.

Cristiani e musulmani sono stati correttamente classificati **nell'82% dei casi**, mentre il fatto di essere **in coppia** o di **abusare di sostanze** è stato previsto correttamente nel **65% e 73% dei casi**.

Fonte: Adnkronos

On line Jokkey, il social network turistico tutto da scoprire

Dalla fine di marzo in tutta l'UE è possibile navigare su Jokkey.com, il **social network per il turismo**

Una **nuova piattaforma social apre quindi ufficialmente i battenti** dopo una fase più che positiva di "rodaggio" durante la quale si sono registrate 30mila visite al giorno di media con un picco superiore ai 71mila.

Oltre le visite **il portale ha fatto registrare l'iscrizione di molti operatori del settore**, circa un migliaio, e, ovviamente, un **discreto numero di appassionati di viaggi** in genere. Tenendo conto che è stata lanciata in beta appena lo scorso 22 Febbraio, va detto che **il progetto è partito davvero alla grande**.

Fanno parte di questa nuova community online **strutture ricettive, imprese, ma anche enti e associazioni** dedite ad **attività legate al turismo**, questa varietà nel tipo di utenza è sicuramente un altro aspetto positivo di Jokkey, che, se le cose continueranno così, sarà in grado di ritagliarsi una **importante fetta di mercato** in un settore particolarmente competitivo quale è quello dei **viaggi**.

Anche da tutti i Paesi dell'Unione europea, **il portale è raggiungibile e lo si può usare nel pieno delle sue potenzialità** con tutte le caratteristiche principali dei social network, ovvero condividere informazioni, trovare contatti e stringere amicizie e, non da meno, creare nuove opportunità di business ma anche cercare lavoro nel settore.

Altri aspetti derivati dalle varie piattaforme **del social 2.0 sono:**

- Chat multilingua;
- profilo personale;
- possibilità di creare eventi e relativa attività di invito;
- condivisione foto e video.

Non mancano anche i **servizi di prenotazione alberghiera** (confronto prezzi, offerte last minute, ...) e un **sistema di rating basato sui report dei viaggi e i voti che gli utenti assegnano** a strutture ricettive, beni culturali del luogo visitato e all'impresa turistica che ha curato la vacanza dell'utente stesso.

E in un **piattaforma social con registrazione gratuita** non potevano mancare di certo i **giochi**.

E' infatti è presente una funzionalità grazie alla quale **ogni utente potrà testare la propria abilità nella gestione di un hotel o altra struttura virtuale**.

[Link a Jokkey.com](http://Jokkey.com)

Fonte: PMIServizi

SOLUZIONI INTERNET

Breezi: un servizio che permette di creare online il proprio sito internet

Breezi è una **web application** con cui ognuno può **realizzare direttamente online il proprio sito internet**.

Il servizio annesso offre anche lo **spazio hosting** ed altre **funzionalità avanzate**, tuttavia è necessario pagare un canone di **9 dollari al mese**.

Breezi si può comunque **testare gratuitamente**.

Il web editor del servizio offre davvero **molte possibilità**. L'interfaccia è realizzata abbastanza bene anche se purtroppo le **opzioni sono così tante** che vanno **prima studiate bene** prima di capirne il corretto utilizzo (in questo senso avrebbe probabilmente aiutato una migliore impostazione grafica dell'interfaccia).

Breezi mette a disposizione dei **layout grafici pre costruiti** per aiutare i webmaster alle prime armi. E' comunque **possibile creare il proprio sito web anche partendo totalmente da zero**.

Tra le funzionalità avanzate si segnalano la possibilità di **customizzare i CSS**, l'integrazione con i servizi cloud come Dropbox e la possibilità di **rendere il proprio sito internet adattabile agli smartphone e tablet pc**.

Sito: <http://breezi.com/>

Produttore: Breezi

Lingua: inglese

Font: html.it

Creare il proprio on line shop su Facebook con Beetailer

Beetailer permette di **creare** un vero e proprio **online shop su Facebook** consentendo quindi di esporre e vendere i prodotti aziendali pubblicizzandoli all'interno del social network.

La **web application** si integra perfettamente in Facebook ed offre tutti gli **strumenti** che permettono di **gestire un negozio virtuale** in maniera professionale.

Da sottolineare che sono a disposizione dei **tools** che permettono di interfacciare il nostro online shop su Facebook con uno realizzato con una struttura dedicata. In questo modo sarà possibile importare automaticamente il catalogo dei prodotti senza doverlo ricostruire a mano.

Beetailer può essere utilizzato **gratuitamente** ma con **alcune limitazioni**. Per chi volesse farne un uso davvero professionale sono disponibili alcuni pacchetti a pagamento che offrono contenuti di valore aggiunto come il supporto multilingue, la possibilità di editare il layout grafico e tanto altro ancora.

Fonte: Html.it

Navigazione lenta e "pesante": 7 trucchi per bypassare il problema

Quando la navigazione rallenta è il momento di mettere in pratica alcuni trucchi per velocizzare il caricamento delle pagine

Per navigare sul web ed entrare nei siti di interesse in maniera agevole e relativamente veloce è in genere sufficiente un normale connessione ADSL.

Può però succedere che in determinati casi (vedi quando la connessione ha una banda delimitata, oppure ci si collega tramite una Internet Key o si usa il cellulare come modem) **l'apertura dei siti o lo scaricamento di documenti e video risulti particolarmente lenta**, cosa che succede più frequentemente quando le pagine visitate contengono elementi multimediali e animazioni.

Nel caso poi che l'abbonamento sottoscritto sia "a consumo", è anche opportuno non "appesantire" il traffico generato durante la navigazione Web per non oltrepassare il limite previsto dal piano tariffario prescelto.

Le soluzioni però **esistono**, e sono tutte a portata di click.

Le propone **i-dome.com** in uno specifico articolo in cui vengono illustrati i **servizi online** messi a disposizione da **Google** per **migliorare e velocizzare la navigazione**.

Vedi articolo a pagina: <http://www.i-dome.com/articolo/21764-l-7-trucchi-per-una-navigazione-light.html>.

Fonte: i-dome.com

ULTIME DALL'UE

Per incentivare il commercio elettronico il Parlamento europeo fissa nuove regole per le controversie tra consumatori e produttori

Lo scorso 12 marzo 2013, il Parlamento Europeo ha introdotto un sistema di **mediazione a basso costo** per consentire ai consumatori di **denunciare i commercianti di beni e servizi online**: si tratta di un sistema alternativo al tradizionale sistema giudiziario.

In particolare, la nuova normativa introduce una piattaforma online (Online Dispute Resolution o ODR), gestita dalla Commissione Europea ed accessibile sul portale "**Your Europe**", che offrirà ai consumatori **moduli di reclamo predefiniti** per la risoluzione extragiudiziale delle controversie derivanti da **contratti di vendita o di servizi online tra un consumatore residente nell'UE** (definizione che secondo il Parlamento Europeo dovrebbe comprendere "*le persone fisiche che agiscono per scopi estranei alla loro attività commerciale, industriale, artigianale o professionale. Tuttavia, se il contratto è stipulato per scopi in parte interni e in parte esterni all'attività commerciale della persona e lo scopo commerciale è limitato in modo da non risultare predominante nel contesto generale della fornitura, la persona dovrebbe essere parimenti considerato come un consumatore*") e un **professionista stabilito nell'UE** attraverso l'intervento di un **Organismo di Risoluzione Alternativa delle controversie** (Alternative Dispute Resolution o ADR).

La **controversia** dovrà essere **risolta entro 90 giorni** e, quanto ai costi della procedura, al momento i deputati hanno assicurato la gratuità dell'arbitrato o, nella peggiore delle ipotesi, l'imposizione di una tassa "nominale". Secondo le prime stime, detto sistema consentirà ai consumatori di risparmiare miliardi di euro l'anno ed incentiverà il commercio elettronico transfrontaliero, stimolando la crescita e la ripresa dei mercati.

Tra le ulteriori novità introdotte, si segnala altresì l'**onere** imposto in capo ai professionisti che operano mediante contratti di vendita o servizi online e i mercati online di **inserire nei propri siti web un link elettronico che consenta al consumatore un facile accesso alla piattaforma ODR**. "*Le informazioni sono fornite altresì, se del caso, nelle condizioni generali applicabili ai contratti di vendita e di servizi online*".

La **direttiva ADR 2009/22/CE**, e il **regolamento ODR (CE) n. 2006/2004** entreranno in vigore 20 giorni dopo la pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea.

La Direttiva ADR sarà applicabile in tutti gli Stati membri entro 24 mesi dalla sua entrata in vigore, mentre la piattaforma ODR sarà disponibile subito dopo.

Fonte: filodiritto.it

WEB MARKETING

Otto consigli per la SEO applicata a siti multilingua

Per un'azienda, **Internet** è sicuramente il mezzo migliore per **raggiungere un target oltre confine** e affermarsi quindi sui mercati esteri.

In questo senso è evidente la necessità di **poter contare su un sito multilingua** e molte aziende hanno già provveduto o stanno provvedendo.

Ciò, però, **non basta**: farsi conoscere sui mercati stranieri con il proprio sito, è possibile **solo se anche nei risultati di ricerca dei rispettivi motori il sito si posiziona in maniera soddisfacente**. Affinché ciò sia possibile occorre adottare **alcune strategie SEO per i siti multilingua**.

In tal senso possono essere di concreto aiuto **8interessantisuggerimenti** proposti da PMIServizi e disponibili alla pagina web:

<http://news.pmiservizi.it/approfondimenti/internet-approfondimenti/seo-multilingua.html>.

Fonte: PMI servizi

Le nuove strategie di marketing nell'era del Web 2.0: l'approccio delle 4 C

L'approccio classico del marketing focalizza le sue attenzioni sul prodotto e si basa sulle **teorie delle 4 P** risalenti agli inizi degli anni '60, quando si parlava di un **marketing mix** basato su **Product, Price, Place e Promotion**.

Oggi però il Web ha assunto un ruolo fondamentale nella vita di tutti i giorni ed è **radicalmente cambiato** il modo in cui le aziende si avvicinano al mercato.

Non si può più sottovalutare l'**influenza che possono avere i social network** e diventa fondamentale per un'azienda adottare **nuove strategie più al passo con i tempi**.

Si parla quindi di **social marketing**, ovvero una strategia di marketing dove l'**approccio è focalizzato** non tanto sul prodotto quanto **sul consumatore**, volto cioè a capire quello che le persone vogliono e di cui hanno bisogno più che a convincerle a comprare il nostro prodotto. **Un'approccio completamente nuovo** rispetto a quello del marketing tradizionale e che **affianca alle 4 P** di quest'ultimo le **4 C**:

Content, Connection, Communications e Communit.

I-dome, con un interessante articolo di Giovanni Garro, entra nel dettaglio aiutando a scoprire come le **quattro C** possano influenzare positivamente il modo di **fare marketing**.

Per leggere l'articolo [CLICCA QUI](#)

ATTIVITÀ SERVIZI & PROGETTI

Smart Cities: 11 proposte progettuali per la Toscana del futuro

'**Le Smart cities per la Toscana**', ovvero tutte quelle **soluzioni tecnologiche innovative** capaci di proiettare la Toscana nel futuro. Dai sistemi intelligenti per integrare le modalità di bigliettazione elettronica dei vari gestori di Tpl, a quelli per la fruizione del patrimonio artistico e paesaggistico fino a quelli per migliorare ed avvicinare cittadini e imprese alla Pubblica Amministrazione.

Se n'è parlato il 4 aprile scorso a Palazzo Strozzi durante la **presentazione di 11 proposte ammesse in un bando del MIUR** (ma che ancora sono in fase di progettazione esecutiva prima dell'ammissione al finanziamento) che vedono coinvolte imprese e amministrazioni locali toscane.

Quattro i progetti dedicati alle cosiddette nuvole informatiche e alle piattaforme ICT (Tecnologie Informazione e Comunicazione). Si è trattato di proposte destinate prevalentemente a migliorare e snellire il rapporto tra cittadini e PA, ma anche tra questa e le imprese. Ad esempio, **City Cloud** prevede l'utilizzo di tecnologie di cloud computing per fornire applicazioni con le quali gestire vari tipi di rapporti (scuola, sanità, tempo libero), mentre **SP4C3** (Smart Platform for Citizens and Communities on Cloud) punta a creare un nuovo modello di fascicolo del cittadino che consenta alle varie dimensioni (sanitario, tributario, giustizia, studio, lavoro, ecc.) di interagire. **Cloud4eGov** e **Open City Platform** puntano soprattutto ad innovare il modo di erogare servizi ai cittadini e alle imprese da parte della PA.

Nel campo della mobilità e dei trasporti sono state proposte due soluzioni: INSET (Interoperable National System for e-Ticketing), che vuol creare un sistema di bigliettazione elettronica interoperabile ovvero capace di omogeneizzare le soluzioni tecnologiche, di tariffazione e di standard adottati dai vari operatori, e **Sii Mobility**, una soluzione integrata, interoperabile e federata per abilitare un'ampia gamma di applicazioni specifiche di servizio al cittadino e commerciali verso le PMI (monitoraggio sul traffico, informazioni sull'accesso ai varchi Ztl, sui treni, sulle ordinanze, sugli eventi e sui lavori stradali, e tantissimo altro ancora).

In **campo turistico e per facilitare la fruizione del patrimonio culturale, 3 le proposte. INTUIT** (Intelligent Narrative Threads and Urban Internet of Things) si propone di guidare il turista alla scoperta dei luoghi stimolandone l'immaginario attraverso narrazione dinamica e contenuti ben selezionati; **SHERIT** (Sharing Cultural Heritage through Its) è una piattaforma creata per condividere i beni culturali e ambientali puntando sulla personalizzazione degli itinerari e sulla valorizzazione dei patrimoni informativi esistenti; **SMARTOUR** ha come obiettivo migliorare l'esperienza del visitatore delle città d'arte e cultura, attraverso lo sviluppo di tecnologie e l'offerta di servizi per valorizzare e tutelare le aree d'interesse storico, turistico, paesaggistico della città.

Infine due i progetti proposti nella sessione conclusiva, nell'ambito cioè della sicurezza territoriale e ambientale e smart grid (sistemi di gestione intelligente delle reti elettriche): **PICO** e **SUONO**.

Fonte: Toscana notizie

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

Internet: intesa Unioncamere-Eutelsat Italia per Digital Divide

Permettere a tutte le aziende italiane operanti nei diversi ambiti del territorio nazionale di avere la stessa **opportunità di accesso alla Banda Larga**, elemento fondamentale per la crescita economica e l'internazionalizzazione dell'impresa.

Con questo obiettivo, **Unioncamere ed Eutelsat Italia** hanno firmato un **protocollo d'intesa triennale**.

L'intesa, spiegano l'operatore satellitare e Unioncamere, è rivolta in particolare alle **piccole e micro aziende italiane** che si trovano in **zone remote ed ancora in Digital Divide** e **l'obiettivo è offrire una soluzione tecnologica di immediata e facile attivazione** senza bisogno di effettuare scavi per il passaggio di fili. Basta installare e puntare correttamente una **parabola per ottenere collegamenti veloci alla Rete**, superando in modo rapido e definitivo un problema che riguarda ancora il 4,4% della popolazione italiana e centinaia di migliaia di imprese. Il protocollo prevede la promozione da parte di **Unioncamere di iniziative dirette alle Camere di Commercio per diffondere la Banda Larga satellitare**, anche attraverso **bandi** per l'erogazione di voucher alle imprese per l'installazione dei supporti di collegamento. Questo, affermano Eutelsat Italia e Unioncamere, "nella logica della complementarietà e sussidiarietà" con le reti terrestri nel caso di carenza di reti tradizionali qualitativamente efficienti in termini di connettività, sempre nel rispetto della neutralità tecnologica prevista dall'Agenda Digitale italiana".

Il servizio è reso possibile grazie al satellite Ka-Sat.

Fonte: Unioncamere

STUDI, RAPPORTI, ANALISI

Sono i "consumatori convergenti" alle prese con pc, smartphone

Sono quasi **18 milioni gli italiani** fra 15 e 64 anni che **usano attivamente più mezzi di comunicazione** nei più diversi contesti di vita: una fascia di popolazione di "consumatori convergenti" che ha un consumo mediale e una dotazione tecnologica sopra la media.

È quanto emerge da una recentissima **indagine** realizzata da **ConMe**, laboratorio di ricerca frutto della collaborazione tra la **School of Management del Politecnico di Milano** e **Makno/Abis** analisi e strategie.

Fino a 34 anni, si legge nel rapporto, i potenziali convergenti hanno una **penetrazione uguale tra uomini e donne**, mentre oltre i 35 anni la concentrazione tra gli uomini è più alta per il maggior tasso di attività. La **penetrazione è massima nelle fasce di età più giovani**: 80% fra 15 e 18 anni, 73% fra 18 e 24.

Si tratta di persone che fanno più **esperienze mediali sui dispositivi digitali** e che utilizzano sempre di più **smartphone** (+77%) e **tablet** (+186%).

Dall'indagine emerge che **questi device**, insieme al pc, **fanno da sottofondo a tutta la giornata**, soprattutto per la fruizione di **relazione ed intrattenimento**. Non a caso piattaforme come **Facebook** e **YouTube** raggiungono il **90% degli intervistati**.

Facebook è il social network **più utilizzato** (tutti i giorni per il 62% del campione), **seguito da YouTube** (usato almeno una volta a settimana dal 71%), mentre **Twitter** non conosce in Italia le stesse quote di diffusione presenti in altri Paesi.

Meno frequentati altri ambienti socialdove prevalgono le quote di chi non li utilizza mai: oltre 60% per **LinkedIn**, 79% per **Pinterest**.

Il dispositivo più utilizzato mentre si guarda la tv è il **computer**, acceso «sempre» e «spesso» nel **50% dei casi**. Lo smartphone è fra i dispositivi più presenti nel corso della giornata (37%), seguito dal tablet (15%).

Fonte: Ansa

Indagine NetComm-Human Highway sull'eShopping: 14 mln di italiani comprano in rete. In crescita gli acquisti da smartphone e tablet

Continua a **crescere l'e-Commerce italiano**, ed a **trainarlo sono i device mobili**: gli **acquisti effettuati da smartphone e tablet sono infatti cresciuti** (anno su anno) **del 165%** passando dal 4% del 2012 a oltre il 10% del 2013, anche se alla fine il 90% circa delle transazioni online avviene tramite i PC tradizionali.

Sono questi i **dati "centrali" dell'indagine Netcomm/Human Highway** riguardante i comportamenti degli utenti, l'uso di device mobili e

tradizionali e la propensione verso gli strumenti di pagamento più usati sul web.

Sempre secondo l'indagine, **negli ultimi tre mesi ben 13,8 milioni di persone** (ovvero il 47,7% degli utenti internet) **hanno effettuato acquisti in rete**.

Fra questi il **24%** ha dichiarato di aver acquistato, nel periodo, più di 5 volte, tanto da guadagnarsi la definizione di **"heavy e-Shopper"**, e nel complesso si sono avuti, sulla rete, **47,6 atti di acquisto**.

Passando alla **tipologia degli acquisti**, nella classifica dei prodotti più acquistati, al primo posto troviamo i **libri** (14,8%), seguiti dai **capi di abbigliamento** (13,9%), **computer o periferiche per pc** (11,3%), **biglietti di viaggio** (9,9%), **soggiorni** (5,4%), **musica/dvd** (4,8%), **telefonini/smartphone** (4,2%), **cosmetici** (4%) ed **elettrodomestici** con l'1,5%.

In 4 casi su 5 "acquisto online è 'premeditato' nel senso che l'utente ha già maturato la decisione di effettuarlo su internet, nonostante abbia la possibilità di rivolgersi ai tradizionali canali di acquisto.

Riguardo ai **sistemi di pagamento più utilizzati** negli ultimi tre mesi, al primo posto c'è **PayPal** (36,6%), seguito dalla **carta prepagata** per il 24,4%, dalla **carta di credito** per il 19,2% e infine dal **bonifico** per il 3,7%.

L'indagine **Netcomm- Human Highway** ha anche preso in esame il **grado di conoscenza della tecnologia NFC** (Near field communication) su telefonini e tablet ed ha riscontrato che oltre la metà degli intervistati (il 50,4%) non possiede o non pensa di possedere un cellulare abilitato della comunicazione via NFC; il 12,8% non è sicuro ma crede di avere un telefono con comunicazione NFC e solo il 9,5% ha un cellulare abilitato a questo tipo di tecnologia.

Il restante 27,3% non capisce neppure la domanda, quindi probabilmente non sa nemmeno cosa sia il sistema in questione.

Riguardo al dato chiave dell'indagine, ovvero la **crescente attitudine degli Italiani ad acquistare tramite smartphone**, il presidente di NetComm, **Roberto Liscia**, ha commentato sostenendo che il trend è indicativo di una crescente fiducia dei consumatori in questi genere di dispositivi anche per effettuare gli acquisti.

"Anche le recenti norme volte a limitare l'uso del contante, congiuntamente all'accettazione degli strumenti di pagamento digitali da parte delle amministrazioni e dei servizi pubblici" ha aggiunto Liscia " , inducono a favorire sia la concorrenza fra gli operatori, sia la sicurezza e la trasparenza nelle transazioni a tutto vantaggio degli utenti".

Fonte: Supercom

SICUREZZA INFORMATICA

Client Outlook: come renderlo super sicuro

Ecco come fare per rendere sicuro l'uso della posta elettronica e come modulare le difese per bloccare messaggi e file potenzialmente dannosi.

Il lavoro, oggi, impone sempre di più l'**usodi Internet** e servizi connessi, fra i quali l'**uso della posta elettronica**, che è ormai divenuto uno strumento **"principale"** per lo scambio di informazioni, documenti e file di varia natura.

L'uso sempre più massiccio del Web ci rende però **vulnerabili rispetto a file indesiderati, messaggi pubblicitari** e purtroppo anche **virus di varia natura** che possono infestare il nostro PC rendendolo, nel peggiore dei casi, completamente inutilizzabile.

Allora è d'obbligo la domanda: **è possibile, e come, proteggere il PC continuando a navigare e ricevere posta in tranquillità?**

Ovvio che sì. E' necessario **proteggere le vie di accesso dei potenziali virus** che sono per l'appunto il client di posta elettronica e la connessione Internet.

È quindi necessario occuparsi della **tutela di Outlook** cercando di capire quali sono i migliori metodi da utilizzare per renderlo più sicuro.

I- **DOME ne illustra alcuni** che offrono soluzione ai molteplici pericoli insiti nell'utilizzo della posta elettronica, il tutto alla seguente pagina web: <http://www.i-dome.com/articolo/22003-Client-Outlook-superblindato.html>.

Fonte: i-dome.com

BIBLIOTECA

"Turismo e Reput'Azione. On line reputation management per imprese ricettive, ristoranti e destinazioni turistiche"

"Turismo e Reput'Azione. On line reputation management per imprese ricettive, ristoranti e destinazioni turistiche"

E' finalmente uscito il **secondo libro di Pionero** dedicato al fenomeno delle **recensioni on line nel turismo**:

"**Turismo e Reput'Azione. On line reputation management per imprese ricettive, ristoranti e destinazioni turistiche**"

di **Roberta Milano e Francesco Tapinassi** (Ed. Maggioli).

Con la collaborazione di altri professionisti, gli autori analizzano ed evidenziano l'importanza della **brand reputation** delle imprese turistico-ricettive come **sfida positiva di competitività**.

Il fenomeno delle recensioni on line nel turismo fa parte di un più ampio e complesso cambiamento che il web 2.0 ha impresso all'intero settore.

L'immediatezza e la bidirezionalità delle conversazioni in Rete hanno infatti consentito al **passaparola digitale** di **crescere a ritmi elevatissimi modificandole aspettative, i linguaggi e i comportamenti dei viaggiatori**, nonché le opportunità per la visibilità e la reputazione di un'impresa turistica o di unadestinazione. Un fenomeno che chiede di essere gestito, governato, e che può essere capitalizzato.

Ma cosa sono le review?

Come stanno cambiando le relazioni tra il viaggiatore e l'offerta turistica?

Quali conseguenze ha la loro diffusione sulla comunicazione, sulla conoscenza dei propri ospiti e sulla costruzione di un prodotto sempre più innovativo?

"**Turismo e Reput'azione**" **risponde proprio a questi interrogativi** richiamando gli operatori, come la parola stessa suggerisce, **all'azione**

proponendo una chiave di lettura della reputation come opportunità e non come problema.

L'indice ed informazioni più dettagliate sono sul sito Pionero.it

