



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 7 del 24/07/2013

EVENTI/FIERE ICT

Ad ottobre il Linux Day 2013. Sarà dedicato all'innovazione

Fissata la data del Linux Day di quest'anno. L'argomento principale? L'innovazione, motore della comunità Linux ma che spesso non viene associata al sistema operativo del pinguino. Scopriamone di più.

L'Italian Linux Society ha fissato il **26 ottobre** come data per il prossimo **Linux Day**.

Il tema di quest'anno sarà l'**innovazione**, un fattore che da sempre contraddistingue il **Software Libero**, ma che non sempre viene riconosciuto fuori dalla comunità.

Non tutti, infatti, sanno che il Web e i protocolli di rete che ci permettono di navigare fra questa o quella pagina sono nati proprio grazie a **standard aperti** e **software Open Source**. Così come non si conosce la diffusione di Linux all'interno dei centri di calcolo.

Ed è così che grazie anche ai contributi del **Linux Professional Institute**, la macchina organizzativa per il **Linux Day 2013** si è messa in moto sperando di migliorare i numeri registrati nello scorso anno: circa 15000 presenze in 119 sedi differenti, un migliaio di speaker e 5000 "**Vademecum per il Software Libero**" distribuiti.

Maggiori informazioni sono disponibili sui siti Web www.ils.org e www.linux.it.

Create, Connect, Grow. Dall' 6 all'8 novembre a Vilnius si parlerà del primo bando ICT di HORIZON 2020

In vista dei prossimi bandi ICT nell'ambito del programma Horizon 2020 (programma 2014-2020 per la ricerca e l'innovazione, la Commissione europea ha organizzato l'evento "**ICT 2013 - Create, Connect, Grow**" che si terrà **dal 6 all'8 novembre a Vilnius (Lituania)**.

L'evento rappresenta un'opportunità unica per coloro che intendono **presentare proposte per il primo bando ICT di Horizon 2020** perché nel corso delle tre giornate sarà possibile interagire con i funzionari della Commissione, reperendo informazioni utili per i "topic" di interesse inseriti nel programma di lavoro ma ci sarà anche la possibilità di vivere un momento di "networking" molto utile per costruire e completare un partenariato.

Tutte le info sull'evento sono disponibili sul sito: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/ict-2013>

Per registrarsi: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/events/cf/ict2013/register.cfm>.

Fonte: APRE

E-GOVERNMENT

INPS: dal 22 luglio le imprese possono verificare i contributi direttamente on line

Da alcuni giorni, più esattamente **dal 22 luglio** scorso, tutte le **imprese**, tramite un addetto aziendale o un consulente abilitato, hanno la possibilità di **controllare la propria posizione contributiva**, e di conseguenza provvedere al versamento in caso di accertamento di eventuali anomalie, collegandosi direttamente al sito dell'**Inps**.

A rendere nota questa importante svolta è stato lo stesso Inps che l'8 luglio diramato la notizia a tutte le sedi territoriali dell'Istituto.

I **parametri** utilizzati ai fini della consultazione sono gli stessi seguiti dall'**Inps** nel momento in cui le aziende richiedono il **Durc** (Documento Unico di Regolarità Contributiva).

Potranno dunque essere **monitorate tutte le posizioni in essere** presso l'Istituto e soprattutto quelle per le quali è previsto l'obbligo del versamento contributivo.

Gli archivi al centro dell'operazione di controllo saranno quelli dell'**Uniemens**, della **gestione separata** (che interessa specificatamente ai committenti), e infine persino il **database dei lavoratori autonomi** iscritti alla gestione degli **artigiani e dei commercianti**.

La **procedura di verifica** viene avviata con la semplice **immissione del codice fiscale**. Per il **settore agricolo** non sarà possibile ottenere la situazione di regolarità, limitandosi il sistema a segnalare soltanto l'esistenza di una posizione contributiva della gestione agricola.

La fase più rilevante dell'intero iter coincide con l'**esito dell'accesso**. L'impresa può infatti **conoscere immediatamente le eventuali scoperture** che ostacolano il rilascio del **Durc**.

Qualora sussistano effettive **irregolarità**, nei riguardi di ogni singola posizione o gestione coinvolta, si prevede il **rilascio di un dettaglio delle partite debitorie** che hanno originato l'esito d'irregolarità. Si suppone che il **controllo** possa essere effettuato ancor **prima di richiedere il documento di regolarità contributiva**, potendo in tal modo accertare che al momento della domanda non sussistano ostacoli al rispettivo rilascio.

Attenzione però: infatti né le informazioni a cui il contribuente può accedere né tanto meno la possibile stampa del report potranno sostituire il **Durc**. Attualmente quest'ultimo continua a mantenere il **formato cartaceo** e sarà spedito direttamente all'azienda appellante.

Proprio su questo punto lo stesso Inps ha rimarcato l'intenzione di rendere più ampio il **progetto denominato "Durc online"** e di cui la possibilità telematica di accedere alla posizione contributiva rappresenta soltanto un passo iniziale la cui effettiva realizzazione necessita anche del contributo

diInaile Casse edili.

Nel caso in cui l'innovativo servizio riesca a consentire veramente alle aziende di prendere atto, in via del tutto preventiva, delle rispettive posizioni contributive, e qualora si verificano anomalie negli archivi dell'Istituto che non risultino delle vere e proprie irregolarità (ad esempio a causa di un protratto aggiornamento dei dati) l'utente sarà abilitato ad intervenire anticipatamente e così richiedere, usufruendo del cassetto previdenziale, di ripristinare la situazione di regolarità.

Fonte: Pionero.it

PRIVACY

Lotta allo Spam: nuove linee guida del Garante Privacy

Offerte commerciali a utenti di social network o di servizi di messaggistica come Skype e WhatsApp solo con il loro consenso; no a e-mail e sms indesiderati; maggiori controlli da parte di chi commissiona le campagne promozionali; misure semplificate per le promozioni delle imprese che rispettano le regole. Il Garante vara le nuove "Linee guida in materia di attività promozionale e contrasto allo spam" per combattere il marketing selvaggio e favorire pratiche commerciali "amiche" di utenti e consumatori.

Il provvedimento generale (in via di pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale) definisce un primo quadro unitario di misure e accorgimenti utili sia alle imprese che vogliono avviare campagne per pubblicizzare prodotti e servizi, sia a quanti desiderano difendersi dall'invasione di chi utilizza senza il loro consenso recapiti e informazioni personali per tempestarli di pubblicità. Una particolare attenzione è stata posta dall'Autorità sulle nuove frontiere dello *spamming* - come quello diffuso sui social network (il cosiddetto *social spam*) o tramite alcune pratiche di "marketing virale" o "marketing mirato" - che possono comportare modalità sempre più insidiose e invasive della sfera personale degli interessati.

Queste in sintesi le principali regole contenute nelle Linee guida.

Offerte commerciali e spam

- Invio di offerte commerciali solo con il consenso preventivo. Per poter inviare comunicazioni promozionali e materiale pubblicitario tramite sistemi automatizzati (telefonate preregistrate, e-mail, fax, sms, mms) è necessario aver prima acquisito il consenso dei destinatari (cosiddetto *opt-in*). Tale consenso deve essere specifico, libero, informato e documentato per iscritto.
- Maggiori controlli su chi realizza campagne di marketing. Chi commissiona campagne promozionali deve esercitare adeguati controlli per evitare che agenti, subagenti o altri soggetti a cui ha demandato i contatti con i potenziali clienti effettuino spam.
- Consenso per l'uso dei dati presenti su Internet e social network. E' necessario lo specifico consenso del destinatario per inviare messaggi promozionali agli utenti di Facebook, Twitter e altri social network (ad esempio pubblicandoli sulla loro bacheca virtuale) o di altri servizi di messaggistica e Voip sempre più diffusi come Skype, WhatsApp, Viber, Messenger, etc. Il fatto che i dati siano accessibili in Rete non significa che possano essere liberamente usati per inviare comunicazioni promozionali automatizzate o per altre attività di marketing "virale" o "mirato".
- "Passaparola" senza consenso. Non è necessario il consenso per inviare e-mail o sms con offerte promozionali ad amici a titolo personale (il cosiddetto "passaparola").

Semplificazioni per le aziende in regola

- E-mail promozionali ai propri clienti. Ok all'invio di messaggi promozionali, tramite e-mail, ai propri clienti su beni o servizi analoghi a quelli già acquistati (cosiddetto *soft spam*).
- Promozioni per "fan" di marchi o aziende. Una impresa o società può inviare offerte commerciali ai propri "follower" sui social network quando dalla loro iscrizione alla pagina aziendale si evince chiaramente l'interesse o il consenso a ricevere messaggi pubblicitari concernenti il marchio, il prodotto o il servizio offerto.
- Consenso unico valido per diverse attività. Basta un unico consenso per tutte le attività di marketing (come l'invio di materiale pubblicitario o lo svolgimento di ricerche di mercato); il consenso prestato per l'invio di comunicazioni commerciali tramite modalità automatizzate (come e-mail o sms) copre anche quelle effettuate tramite posta cartacea o con telefonate tramite operatore. Le aziende che intendono raccogliere i dati personali degli utenti per comunicarli o cederli ad altri soggetti a fini promozionali, possono acquisire un unico consenso valido per tutti i soggetti terzi indicati nell'apposita informativa fornita all'interessato.

Tutele e sanzioni contro lo spam

- Tutele per i singoli utenti. Le persone che ricevono spam possono presentare segnalazioni, reclami o ricorsi al Garante e comunque esercitare tutti i diritti previsti dal Codice privacy, inclusa la richiesta di sanzioni contro chi invia messaggi indesiderati (nei casi più gravi possono arrivare fino a circa 500.000 euro).
- Tutele per le società. Le "persone giuridiche", pur non potendo più chiedere l'intervento formale del Garante per la privacy, possono comunque comunicare eventuali violazioni. Hanno invece la possibilità di rivolgersi all'Autorità giudiziaria per azioni civili o penali contro gli spammer.

Contestualmente alle Linee guida, allo scopo di semplificare ulteriormente gli adempimenti in materia di marketing diretto, il Garante ha adottato anche un **apposito provvedimento generale sul consenso al trattamento dei dati personali**, sempre in via di pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale.

(Garante della Privacy, comunicato stampa 23 luglio 2013)

SOCIAL NETWORKS

6 regole di successo per farsi pubblicità su Facebook

Il potenziale marketing di Facebook è enorme ma per sfruttarlo è indispensabile, come più volte ribadito, elaborare una vera e propria strategia. Solo in questo modo il più noto dei social network può rivelarsi uno strumento davvero utile all'azienda per ottenere successo e notorietà.

Ma allora, qual è il miglior modo per utilizzare Facebook ai fini promozionali e pubblicitari? I sistemi sono molti e molteplici; la formula vincente è quella di utilizzarli tutti, o quasi.

MG Globale, tramite il web marketer Fabio Nicolosi, presenta **6 di questi strumenti/metodi** che, utilizzati in forma "interattiva" possono portare a degli ottimi risultati.

Per saperne di più leggi alla pagina: <http://www.mercatoglobale.com/web-marketing/6-regole-di-successo-per-farsi-pubblicita-su-facebook>

Rapporto fra Social networks e acquisti on line: i risultati della ricerca Visual Critical

Visual Critical ha pubblicato i risultati di una interessante ricerca sull'influenza dei social network nelle decisioni di acquisto online.

I risultati confermano delle ipotesi già consolidate: è **Pinterest il social network per gli e-commerce**, a questo si affiancano in minor misura

Facebook e Twitter. Il 29% degli utenti ha infatti dichiarato di aver acquistato un prodotto dopo averlo visto su Pinterest, ma senza averci mai pensato prima.

Facebook e Twitter sono invece **catalizzatori**, ricordano o approfondiscono l'esistenza del prodotto, per poi condurre all'acquisto vero e proprio.

La ricerca in realtà prende in considerazione **vari aspetti del tema**, ovvero:

- *Le intenzioni di acquisto di chi visita i social network*
- *Gli acquisti in negozio vs acquisti gli acquisti on line*
- *Il tempo che intercorre fra condivisione e acquisto*
- *Quali sono le informazioni che gli utenti vogliono trovare sui social network*

I dati riportati derivano da una **ricerca svolta in 17 mesi**, da febbraio 2012 a giugno 2013, per un totale di **5.657 interviste** somministrate a cittadini di Stati Uniti, Canada e Regno Unito.

Una interessante **sintesi della ricerca**, peraltro vivacizzata da una colorata **infografica**, è riportata da **PMIServizi.it** alla pagina web:

<http://news.pmiservizi.it/news/internet-news/social-network-acquisti-online.html>

Il **report completo** (in lingua inglese) è scaricabile cliccando **QUI**

SOLUZIONI INTERNET

Monitorare la brand reputation: cinque tool gratuiti rendono più facile il compito

Quando il web era agli esordi, gestire la **reputazione on line** era molto semplice perché i risultati nella SERP erano pochi e pochi erano anche i mezzi con cui gli utenti potevano comunicare e scambiarsi opinioni.

Oggi è tutto cambiato: esistono i **forum, wiki, siti di opinione, siti di Q&A, i social network**, ovvero tutte **luoghi virtuali** dove **gli utenti** possono ritrovarsi per **scambiarsi/condividere impressioni e valutazioni** su quel determinato prodotto o servizio, su un determinato brand.

Per questo motivo ogni azienda **presente sul web** dovrebbe monitorare attentamente **questi strumenti**, per capire **“cosa l’utenza dice di lei”** e **regolarsi di conseguenza** ma, vista l’ampiezza degli strumenti attualmente esistenti, **la cosa può risultare difficile**.

Pmi Servizi, attingendo a sua volta dal sito inglese **Search Engine Land**, indica cinque tool gratuiti, ma veramente efficaci, che possono

aiutare l’azienda in questo compito non così semplice.

Eccoli qui di seguito:

UberSuggest

Il suggest di Google è una fonte importante per comprendere come gli utenti si avvicinano a un brand o a un prodotto, certo è che fare una ricerca manuale per tutte le lettere dell’alfabeto può risultare un lavoro molto lungo. **UberSuggest consente di visualizzare tutte i suggest per un termine inserito e sul motore di ricerca selezionato** (italiano, inglese, francese...). È possibile scegliere anche la **categoria da analizzare** tra: web, immagini, news, shopping, video e ricette. Questo strumento nasce come tool SEO, per selezionare parole chiave per ottimizzare i siti web, ma in realtà anche per la brand monitoring può essere un utile aiuto.

IFTTT.com

“If This, Then That” formulazione che molti programmatori hanno utilizzato, questo tool fa la stessa cosa. Se succede questo, allora fai questo. Ad esempio **“When #Facebook profile picture change, update #Twitter profile picture”**. Per la brand monitoring può essere usato, ad esempio, per **monitorare Wikipedia grazie ai feed RSS**, lo stesso per altri siti che rappresentano un punto di riferimento per il settore di appartenenza.

Siti di denuncia

Esistono migliaia di siti dove le persone vanno a denunciare, lamentarsi, arrabbiarsi e una lunga serie di azioni negative (per il brand). Questi **siti di denuncia** vanno monitorati attentamente, perché anche se non appaiono sui risultati di ricerca, anche se nel suggest non c’è ancora nulla, potrebbe esserci un mostro in agguato pronto a danneggiare il nostro marchio. **Go Fish Digital ha creato un semplice tool, adatto solo per i 40 siti denuncia principali ma in inglese**. Basta inserire il termine che si vuole monitorare, diciamo il nome del brand, e i risultati restituiti mostreranno se su questi siti già se ne parla. Per l’italiano non c’è nulla di simile, bisogna fare una ricerca manuale, utilizzare gli alert o monitorare costantemente le conversazioni.

ImageRaider.com

Questo tool è molto utile per chi pubblica immagini originali, pensiamo a fotografi, grafici, agenzia di comunicazione e pubblicitarie... **Con ImageRaider.com basta inserire le URL delle immagini originali e lui si occuperà di scansionare quotidianamente il web alla ricerca di eventuali copie**.

KnowEm.com

Solitamente le aziende registrano un profilo/pagina sui social network principali: Facebook, Twitter e qualcun altro. Sarebbe però importante **sapere se qualcun altro sta utilizzando il nome del brand su altri siti, social, blog...** in modo improprio o comunque non approvato dalla azienda. KnowEm.com scansiona più di 550 siti social e scopre dove viene utilizzato il nome del brand, dando modo di controllare chi sia che controlla quel profilo. Vengono anche offerti dei pacchetti di registrazione: 69.95\$ per 25 social principali; 249\$ per 100 profili; 349\$ per 150 social e 649\$ per 300 profili.

Fonte: PMI Servizi

LUCCAAPP: non un’applicazione, ma un contenitore di applicazioni legate al territorio (lucchese!)

Il 28 giugno scorso si è svolto a Lucca l’evento **“APP.eritivo”**, per il lancio del **contenitore gratuito di applicazioni “Lucca App”**.

Nel corso della festa sono state circa centocinquanta le persone - fra le tante partecipanti - che hanno scaricato sul posto l’applicazione sui loro **iPhone e iPad**, aggiudicandosi così le consumazioni gratuite messe a disposizione dall’organizzazione e tantissime sono state le adesioni al concorso **“Aggiungi un posto all’App”**, che permette a chiunque spedisca (**qua**) foto per la geolocalizzazione del territorio di poter **vincere un iPad**.

“Lucca App” infatti, a differenza di ogni altra applicazione fra quelle in commercio, è **rivolta ai cittadini prima che ai turisti** e permette a questi

ultimi di **creare o suggerire contenuti** tramite l’uso dei social network (clicca **qua**).

Al suo interno, oltre a tutte le info e i numeri di servizio pubblico e relativi a comuni e scuole del territorio, si possono trovare le **applicazioni iGesam** (dedicata al gruppo **Gesam Gas Spa**), **Lucca Wallpapers**, **Lucca Meteo** (previsioni del tempo complete e sempre aggiornate), **Lucca FM** (a cura di **RadioDuemila**, sempre in onda ovunque nel mondo), **Lucca Notizie Feed** (che aggrega i lanci di tutti i giornali online del territorio e quindi rende un’informazione completa, gratuita e in tempo reale letteralmente a portata di mano) e **Lucca Bookshop** (la libreria digitale a cura della casa editrice **Maria Pacini Fazzi**).

"**Lucca App**", che è anche main sponsor della [squadra di baseball Nuove Pantere Lucca](#), prodotta da mmad Srl e realizzata Appalusa Srl, fa parte di un progetto pilota che coinvolge le città di Siena e Lucca ed è patrocinata da Comune, Provincia e Associazione degli Industriali. E' proprio presso la sede di quest'ultima che un anno fa fu lanciata la notizia dell'avvio di un progetto che oggi è una **realtà in continuo aggiornamento** grazie al contributo dei cittadini e una **filosofia 2.0** finora inedita sull'App Store di Macintosh.
Fonte: Lo Schermo.it

Crowdroaming: in arrivo l'App che permette di navigare gratis anche all'estero

Un'applicazione per **navigare gratis su Internet** dal proprio telefonino **anche all'estero**. E' quello che stanno mettendo a punto in Olanda. L'App si chiamerà **CrowdRoaming** e permetterà di **accedere a internet in vacanza, gratuitamente**, dal proprio **smartphone** anche se si è **all'estero**. Questo sarà possibile grazie alla condivisione tra gli utenti di Android di una porzione della connettività dati inutilizzata del proprio dispositivo con i turisti che visitano la propria città. Viceversa quando si viaggia al di fuori dei confini nazionali ci si potrà collegare a internet utilizzando le connessioni messe a disposizione dalla gente del posto.

L'applicazione, spiega in una nota la casa olandese madre dell'app, **è disponibile da oggi sul Google Play** esclusivamente **per telefonini basati sul sistema operativo di Google, Android**, ed è pensata per coloro che anche in viaggio all'estero vogliono collegarsi alla rete per condividere le foto delle proprie vacanze, chattare su WhatsApp, aggiornarsi su quello che succede nel mondo, trovare informazioni e itinerari per il proprio viaggio. Il tutto, se non si trovano connessioni WiFi libere, **sfruttando la rete cellulare ma senza pagare i costi di roaming** che derivano dall'accesso a un network internazionale con la propria sim, la scheda telefonica dello smartphone.

CrowdRoaming (www.crowdroaming.com) **funziona così**: installando l'applicazione gli utenti da un lato condividono una parte di dati mobili per permettere ad altre persone di connettersi gratuitamente. In cambio gli utenti potranno ottenere gli stessi vantaggi durante i propri viaggi all'estero. Quanto più l'utilizzo dell'app sarà diffuso tanto più sarà facile trovare una rete alla quale "agganciarsi" durante i propri spostamenti. E' la stessa filosofia dei servizi per la condivisione dell'auto (car sharing) o della casa.

Fonte: Informa

Oltre 230 Apps "verdi" segnalate dall'EPA

Sul sito dell' Agenzia statunitense per l'ambiente - [EPA](#) - è disponibile una pagina nella quale sono segnalate oltre **230 Apps (applicazioni) verdi**, su **temi ambientali**.

Si tratta non solo delle applicazioni che l'Agenzia mette a disposizione con i propri dati, ma anche quelle proposte da altri enti governativi (es. la Nasa), da aziende private ed altri soggetti.

Il sistema permette in modo molto semplice di **selezionare le applicazioni per**:

- **piattaforma**: Apple (158 Apps presenti), Android (86 Apps presenti), ecc.
- **argomento**: emergenze ambientali, aria, suolo, acqua, salute, ecc.

E' anche possibile **scaricare un file excel con l'elenco di tutte le applicazioni**, nei quali ci sono altre informazioni:

- **il tipo di uso**: individuale, professionale, ecc.;
- **il costo** (la stragrande maggioranza sono però gratuite);
- una breve **descrizione** delle funzionalità;
- **l'indirizzo** da cui è possibile scaricarle.

Fra le applicazioni **si trova veramente di tutto sull'ambiente**. Da alcune a carattere locale (ad esempio dove si trovano i punti di raccolta differenziata dei rifiuti a Chicago) ad altre di interesse generale (come quella che segnala 150 comportamenti ecologici - green tips - che le persone possono seguire) o professionale (140 formule utili per ingegneri ambientali), a quelle educative-ricreative.

LINK: [La pagina sul sito Web di EPA](#)

ULTIME DALL'UE

7° Programma Quadro di ricerca e sviluppo: pubblicato un bando nel settore delle ICT (Future internet)

Sulla GUUE C 183 del 28/06/2013 è stato pubblicato un invito a presentare proposte ([FP7-2013-ICT-FI](#)) a valere sul **7° Programma Quadro di ricerca e sviluppo**, con particolare riferimento al **settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione** e al partenariato pubblico-privato denominato "**Future Internet**".

Gli obiettivi del bando sono i seguenti:

- adozione di servizi e applicazioni tecnologicamente innovativi e loro applicazione in un ampio spettro di aree d'utilizzo di internet, facendo un uso innovativo delle tecnologie e validando quanto sviluppato e realizzato nelle precedenti fasi della partnership "Future Internet"; questi servizi e applicazioni dovrebbero rendere le infrastrutture di servizio pubblico e i processi di business significativamente più "smart" (più intelligenti, efficienti, sostenibili);
- evoluzione degli sviluppi tecnologici e delle prove effettuate nelle fasi uno e due della partnership "Future Internet" in attività generatrici di un'effettiva adozione dei servizi e applicazioni internet innovative.

I progetti devono essere presentati da **partenariati costituiti tra imprese, università, centri di ricerca**.

Il budget complessivo a disposizione ammonta a 130 milioni di euro.

Le domande possono essere presentate entro il **10 dicembre 2013**.

Fonte: Banca Dati Merlino

Standard Aperti come nuova frontiera dell'Agenda Digitale. Una guida della Commissione europea per gli enti pubblici

Nell'ambito degli obiettivi e delle azioni riferite all'[Agenda Digitale](#), il 25 giugno scorso la **Commissione Europea** ha annunciato un **nuovo piano d'azione per contrastare il fenomeno del "lock-in" riguardante le autorità pubbliche**.

Un **sistema fondato sulle gare d'appalto per i sistemi ICT**, infatti, permetterebbe di **risparmiare** una cifra intorno al miliardo di Euro nel settore pubblico dell'Unione Europea. In questo senso gli **standard aperti** acquistano un ruolo fondamentale perchè favoriscano la concorrenza, l'innovazione e il risparmio.

A tal fine la Commissione Europea ha pubblicato una **Guida** (non funzionasse il link la guida è comunque in allegato), destinata ai **funzionari responsabili della pianificazione e dell'acquisto di sistemi e servizi ICT per gli enti pubblici** che sarà di supporto alle autorità nazionali a cogliere tutte le opportunità di innovazione ed efficienza, soprattutto nei confronti di quelle organizzazioni che, non disponendo delle necessarie competenze, mantengono il sistema tradizionale che le rende dipendenti da un unico fornitore.

La guida consente anche di avere una **valutazione completa degli standard esistenti**, al fine di scegliere quelli più adatti a supportare la strategia ICT adottata ed evitare il così detto **lock-in**. Permette, tra l'altro, di ricorrere a una **pianificazione a lungo termine** per sostituire i sistemi che favoriscono il lock-in con alternative basate sugli standard.

Il passaggio dal vecchio al nuovo sistema comporta degli **alti costi** piuttosto alti che saranno, però, **compensati con la piena attuazione del nuovo metodo fondato sulle gare d'appalto**.

Tra l'altro, **la guida fornisce ai funzionari** responsabili degli appalti pubblici, gli **orientamenti pratici** per aderire facilmente all'iniziativa.

La Commissione Europea supporterà le autorità pubbliche nel processo di transizione, organizzando delle riunioni con le parti interessate quali autorità pubbliche, aziende fornitrici di ICT, organismi di normazione e società civile. Le riunioni permetteranno di mettere in relazioni le organizzazioni pubbliche che potranno condividere le loro esperienze, adottare le migliori pratiche emergenti, esaminare i problemi e trovare soluzioni comuni).

Fonte: Europe Direct

"Mese del Mercato Unico 2013": La Commissione promuove una manifestazione on line sulle opportunità del Mercato Interno

Vendite e comunicazione on line fra i temi prioritari

Facendo seguito al Forum sul MercatoUnico (2011) e alla Settimana del MercatoUnico (2012), la **Commissione europea** promuove, nel corso del prossimo **mese di ottobre** , il **Mese del MercatoUnico 2013**.

Si tratta di una **manifestazione on-line**, il cui obiettivo è mettere a **confronto gli addetti ai lavori** - cittadini, imprenditori, politici -**sulle opportunità del Mercato Interno**.

Durante le 4 settimane, infatti, verranno organizzati ben **96 dibattiti sul web**, nelle 24 lingue ufficiali dell'Unione europea: essi saranno preceduti dalle riunioni dei gruppi di lavoro tematici e seguiti dal dibattito televisivo finale, che tirerà le somme del progetto.

Quattro i temi prioritari, che verranno declinati ognuno a cadenza settimanale:

1. La ricerca del lavoro, la creazione d'impresa ed il riconoscimento delle qualifiche professionali in Europa;
2. I diritti sociali nel Mercato Unico europeo;
3. L'Europa, le banche e il cittadino;
4. **La compravendita e la comunicazione on-line**.

[maggiori informazioni](#) (LINK)

Dalla Commissione europea un sito web ed una app per informare i diritti dei passeggeri

Le iniziative sono inserite in una Campagna informativa a cadenza biennale

Per la prima volta milioni di **turisti in viaggio nell'Unione europea** saranno pienamente **tutelati** da un insieme di **diritti del passeggero**, indipendentemente dal mezzo di trasporto scelto: aereo, treno e ora anche nave, autobus o pullman.

Allo scopo la Commissione europea ha lanciato una nuova **campagna per informare** le persone che si preparano alle vacanze estive dei loro **diritti e delle modalità per farli valere**.

Nell'ambito della nuova campagna biennale saranno affissi manifesti negli aeroporti, nei porti, nelle autostazioni e nelle stazioni ferroviarie di tutta Europa e saranno disponibili in tutte le lingue dell'Unione opuscoli e informazioni online.

La campagna si propone di creare una **maggiore consapevolezza** riguardo ai nuovi diritti dei passeggeri che viaggiano via mare e ai diritti dei passeggeri che viaggiano in autobus e in pullman.

È stato lanciato un **sito web** ([si accede QUI](#)) con informazioni su tutti i mezzi di trasporto.

È anche disponibile una **app** ([si scarica QUI](#)) per quattro piattaforme mobili: Apple iPhone e iPad, Google Android, Blackberry e Microsoft Windows Phone 7.

L'app, in **22 lingue**, spiega i diritti del passeggero e fornisce informazioni sulle persone da contattare per presentare un reclamo.

Fonte: http://www.europarlamento24.eu/diritti-del-passeggero-parte-la-campagna-informativa-ue/0,1254,73_ART_3352,00.html

WEB MARKETING

Come farsi conoscere come "creativo" sul web?

Anna Rado è una **"creativa" in ambito web**. Si occupa infatti della redazione di testi come copywriter, ufficio stampa, nonché della realizzazione siti internet e loro posizionamento sui motori di ricerca oltre che del mantenimento come content manager per testi e contenuti multimediali.

Anna, basandosi sulla propria personale esperienza di designer della comunicazione che ha largamente usato il web per farsi conoscere e far conoscere la propria attività, ha dedicato un **intervento a tutti i designer e i creativi che vogliono farsi strada nel mondo del lavoro tramite internet**.

Si tratta di un intervento molto interessante e "illuminante" proprio perché frutto di una esperienza personale e perché propone **consigli differenziati a seconda del tipo di attività "creativa"**.

Leggi alla pagina web: <http://www.mercatoglobale.com/ditelavostra/come-farsi-conoscere-come-creativo-sul-web>

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

Startup innovative e incubatori certificati: al via la semplificazione (on line) per l'accesso al Fondo di garanzia

Startup innovative e incubatori certificati possono **accedere gratuitamente**, in via prioritaria e secondo modalità semplificate, alla **garanzia sul credito bancario concessa dal Fondo di garanzia per le piccole e medie imprese**.

Lo ha stabilito il **Decreto** di natura non regolamentare varato dal Ministro dello Sviluppo economico di concerto con il Ministro dell'Economia e delle Finanze e pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 147 del 25 giugno 2013.

Sulla base di tale decreto, nell'ottica della semplificazione amministrativa, le **Camere di Commercio**, con il coordinamento del **Ministero dello Sviluppo economico**, hanno reso disponibili **online i moduli di domanda** con cui le start-up e incubatori di startup innovative possono effettuare l'**autocertificazione per iscriversi all'apposita sezione speciale del Registro delle imprese**

Tali modelli possono essere **scaricati dal sito del Ministero dello Sviluppo Economico** e a corredo sono state allegate anche le **guide sintetiche** per utenti esperti sugli adempimenti societari.

Le startup sono state introdotte per la prima volta nell'ordinamento del nostro Paese attraverso il **Decreto Crescita 2.0**, convertito poi nella legge 221/2012.

Si tratta di un **passo importante** volto a incentivare lo sviluppo economico e a promuovere quelle idee innovative che possono contribuire alla crescita dell'Italia. Per l'occasione è stata creata una **sezione speciale del Registro delle Imprese** sulle startup disponibile a [questa pagina](#)

STUDI, RAPPORTI, ANALISI

PMI Digitali "made in Italy": Assintel ne traccia l'identikit

Il **Made in Italy digitale** ha finalmente un **identikit**. Il merito è di **Assintel digitale** che ha effettuato una **ricerca (Long Wave, l'onda lunga che cresce e cerca un'identità)** la prima mai fatta in Italia, **sull'universo della nuova impresa digitale**.

Su 230mila soggetti censiti, Assintel ne ha individuato **173mila** come **nuove imprese digitali a tutti gli effetti**. Si tratta di imprese che si muovono nell'ambito dei **Servizi Web, Mobile e Internet of Things, nel Software e Big Data, nella Consulenza, nei nuovi Media Sociali, nel Design, nelle Produzioni multimediali e nel Digital Entertainment, nel Finance 2.0**, ma **sfuggono alle classificazioni tradizionali** perché sono caratterizzate da un **approccio "fluidico", creativo e innovativo** anche in ambito "social".

Si tratta in gran parte di **piccole imprese**, fatte di **under 35 molto preparati** e lontani dalla logica del posto fisso, con **format organizzativi "liquidi"**. I dati della ricerca danno luce ad uno **scenario mai indagato** e tuttavia decisivo per la nostra economia: in Italia esiste un **universo fluido di nuove imprese** che, nonostante la crisi strutturale, funzionano e che, portatrici di innovazione, possono contribuire in maniera decisiva all'innalzamento del nostro Pil e della nostra competitività.

Cercano un centro di gravità permanente - ha sottolineato Maria Grazia Mattei, vicepresidente di Assintel e coordinatrice di Assintel digitale, la verticalizzazione che rappresenta il nuovo mondo dell'impresa digitale. "Hanno al centro della loro attività il web e la creatività, parlano linguaggi nuovi e si muovono su logiche fluide e poco strutturate. Per questo non si riconoscono nei tradizionali modelli di rappresentanza e soffrono una sindrome da disadattamento al contesto burocratico. Ed è proprio ricalcando queste esigenze che Assintel digitale sta costruendo un luogo identitario adatto a loro".

I **dati della ricerca** sono stati **presentati il 2 luglio** in anteprima presso la **Camera di Commercio di Milano**, l'istituzione da anni fortemente impegnata nella valorizzazione e nel sostegno del digitale.

La ricerca è stata **svolta nel mese di maggio 2013** per Assintel digitale **dallo Studio Giaccardi e Associati** ed ha elaborato dati provenienti sia da un'indagine desk, sia da un campione qualitativo di 204 interviste.

Ecco i **dati salienti della ricerca Long Wave**

Le imprese digital sono **piccole e medie imprese**, con mediamente **17 collaboratori** e un **fatturato di 1.000.000 di euro**. Ma il **44%**, essendo giovanissime, si colloca sotto i 100.000 euro l'anno. Il **75%** di esso è nel b2b e l'**87%** è generato in Italia. Nel 2013 le previsioni sono controcorrente rispetto al buio del Paese: in crescita nel 68% dei casi e stabili per il 28%.

Il **63% è digital native**, cioè è nata recentemente sui nuovi paradigmi digitali, ed è mossa in primo luogo da passione e incontri professionali precedenti; il restante **37%** deriva da una **evoluzione delle "vecchie" imprese IT**.

Per **due terzi sono Srl**, ma il **modello organizzativo è per lo più "liquido"**: il **60%** delle imprese è infatti strutturato sul singolo processo/commissa ed è per lo più informale. Protagonista assoluto dell'organizzazione e della comunicazione interna è il **web**, vera piattaforma di collaborazione per l'**85%** di esse. Il **33%** lo utilizza anche per vendere on line. online.

L'identikit del lavoratore digitale: giovane (67% under 35, che sale al 72% nelle imprese native digitali), maschio (64%), laureato (il 65%) o addirittura con master/dottorato/PHD (12%), con esperienza lavorativa all'estero (29% nelle imprese digital native).

Ma soprattutto con un **contratto atipico per oltre un terzo di essi** (CoCoPro e Partite IVA). Il cosiddetto **posto fisso**, a tempo indeterminato, resta **predominante solo per le imprese tradizionali IT based**, più grandi e organizzate, mentre è un **non-luogo per quelle native digitali** (solo il 26%): i costi dello Stato sul lavoro per le loro organizzazioni piccole e liquide sono troppo alti. In esse molto spesso il titolare è factotum e i carichi di lavoro diventano critici.

L'occupazione è in costante crescita: a fine 2012 sono oltre 620.000 gli addetti digitali, **in crescita di quasi 75.000 unità (+13,7%)** rispetto all'inizio della crisi nel 2009. Ma il dato più interessante è che ad essi si aggiunge oltre un altro terzo di professionisti atipici, cioè oltre 250.000 persone strutturali nei processi produttivi della nuova impresa digitale, che abbiamo stimato attraverso l'indagine di campo.

Lemaggiori criticità dichiarate dagli imprenditori?

Ai primi posti il **costo dello Stato sul lavoro**, l'**accesso al credito bancario** ma soprattutto i **vecchi modelli "fordisti" di offerta finanziaria**, e l'ancora **scarsa disponibilità in Italia di investimenti privati**.

Ci sono poi i **problemi di tipo organizzativo**: troppo carico di lavoro su poche persone, mancanza sul mercato di competenze tecniche e manageriali adeguate, e parallelamente una scarsa offerta formativa adeguata alle loro esigenze.

Tutte le info ed i dettagli della ricerca sono disponibili sulla piattaforma <http://longwave.assintel.it/>

Fonti: *Impresa mia* e longwave.assintel.it

SITI, PORTALI, SOLUZIONI INTERNET PER LE IMPRESE

Norme tecniche: è on-line il Vademecum dell'UNI per le PMI

Si tratta di una **sezione specifica del sito UNI** dedicata alle **PMI** dove vengono condensate una serie di **informazioni** per spiegare alle **piccole e medie imprese** quali sono i **concreti vantaggi derivanti dall'utilizzo delle norme tecniche**, come incidere sul contenuto dei futuri standard, come individuare e conoscere le norme giuste per il proprio settore e come ottenere assistenza e collaborazione dall'organismo di normazione nazionale.

Il **Vademecum** è un'opportunità per trovare raccolto in un unico spazio **tutto ciò che riguarda il rapporto tra le norme UNI e le PMI**.

Il **Vademecum** rappresentacomunque di un **punto di partenza**, poichè **sarà arricchito nei prossimi mesi** con le iniziative che l'UNI metterà in campo per rispondere al meglio alle disposizioni del regolamento UE 1025/2012 sulla normazione europea. Realizzato secondo i principi del cosiddetto "SME toolbox" concordato dagli enti di normazione a livello europeo, **è raggiungibile al seguente indirizzo internet:**

bit.ly/UNIXPMI

BIBLIOTECA

Social Media Marketing, ecco il primo manuale per le aziende sul web

Facebook. Twitter. LinkedIn. Foursquare... I Social Network. Un conto è usarli per sé, ma **per le aziende?**

Ivori Osservatori e le più recenti ricerche nel settore stimano una costante, massiccia **crescita degli investimenti delle imprese nell'on line** ed è un dato di fatto che li social media rappresentano uno strumento sempre più importante per instaurare una relazione diretta con i propri consumatori e per tutte le attività di web marketing.

Miriam Bertoli. Andrea Genovese. Gianluca Diegoli. Nazzareno Gorni. Paolo Iabichino. Mirko Lalli. Mauro Lupi. Michele Marzan. Marco Massara. Sacha Monotti. Luca Schibuola. Alessio Semoli. Andrea Serravezza. Guido di Fraia.

Sono i **maggiori esperti in Italia di web marketing** e si sono uniti per realizzare una **guida utile e completa** dedicata alle **aziende** e a tutti i **professionisti del settore** per acquisire gli strumenti e le abilità necessarie per **utilizzare in maniera corretta ed efficace i nuovi canali di comunicazione** offerti dall'evoluzione tecnologica e dagli ambienti **2.0**.

Il volume si intitola appunto **"Social Media Marketing. Manuale di comunicazione aziendale 2.0**, ed è edito da **Hoepli**.

Dopo una **prima parte introduttiva** e di scenario, il volume affronta tutte le fasi necessarie alla realizzazione di attività di comunicazione e marketing attraverso il web e i social media, approfondendo:

- **gli aspetti strategici e di progettazione della presenza aziendale in rete** (le nuove regole del marketing, web & brand reputation, marketing non convenzionale);

- **le competenze tecniche necessarie** a utilizzare e gestire tatticamente i vari canali della comunicazione e del marketing digitale (Search marketing, SEO, Email marketing, Mobile search marketing, Social media marketing, Affiliate marketing);

- **le logiche e gli strumenti** attraverso i quali è possibile monitorare i comportamenti degli utenti e ascoltare le loro conversazioni nei social media per entrare in relazione con loro e misurare i risultati delle attività di comunicazione (Web analytics, Social media monitoring).

Il volume può essere acquistato on line direttamente dal sito di Hoepli: <http://www.hoepli.it>

Turismo e reputazione

Analizza i cambiamenti nelle relazioni tra viaggiatore e offerta turistica, imprese ricettive e ristoranti nell'era del web 2.0, delle recensioni on line e del passaparola digitale.

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**, modificando le aspettative, i linguaggi e i comportamenti dei viaggiatori nonché le opportunità, per un'impresa turistica o una destinazione, di migliorare la visibilità e la reputazione.

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 Reputazione**" risponde proprio a questi interrogativi richiamando gli operatori, come la parola stessa suggerisce, all'azione e proponendo una chiave di lettura della reputation come sfida positiva di competitività.

Autori: Francesco Tapinassi, Roberta Milano

Con i contributi di: Nicola Zoppi, Sergio Farinelli, Robi Veltroni, Massimiliano Gini, Carlo Vischi, Suzi Jenkins

Editore: Maggioli

Anno di edizione: 2013.

Pag: 212

Costo: € 17,10

Tutti i proventi economici derivanti dai diritti d'autore saranno devoluti a favore degli alluvionati della Maremma.

PROFILO DEGLI AUTORI

Roberta Milano

Insegna Web Marketing per il Turismo presso la Facoltà di Economia dell'Università di Genova. Co-fondatrice di BTO Educational, associazione che si occupa di formazione e ricerca sui temi del turismo on line, scrive dal 2006 di questi temi sul blog www.robertamilano.com.

Francesco Tapinassi

Si occupa di **marketing territoriale in Fondazione Sistema Toscana**. Dal novembre 2009 è dirigente al turismo della Provincia di Grosseto, dove

si occupa della promozione e dello sviluppo del turismo nella Maremma Toscana. È collaboratore scientifico di BTO Educational.
Il testo è acquistabile in formato [epub](#) o [pdfsu: \[www.librieriprofessionisti.it\]\(http://www.librieriprofessionisti.it\)](#)

