



Unioncamere  
Toscana

# Newsletter Net Economy

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

N° 9 del 27/09/2013

## IN EVIDENZA

### SAVE THE DATE - ICT in H2020: "Bandi 2014 - 2015"

Segnaliamo in anteprima che si terrà a Roma il **14 Ottobre 2013** il primo evento di lancio "ICT in Horizon 2020" il nuovo programma comunitario di **Ricerca e Innovazione per il periodo 2014-2020**.

L'evento sarà ospitato dal MIUR (Sala C in Piazza J.F. Kennedy, 20- Roma).

I dettagli sono già disponibili sui siti di Apre ([www.apre.it](http://www.apre.it)) e del MIUR ([www.miur.it](http://www.miur.it)).

Fonte: Apre Toscana

## EVENTI/FIERE ICT

### Al via ad ottobre l'Internet Festival edizione 2013

**Oltre 150 eventi, distribuiti tra 20 location, più di 200 ospiti, tra imprenditori, giornalisti, politici, filosofi, scienziati e esperti; 160 relatori tra cui 30 internazionali, 62 laboratori dedicati alle scuole e ai professionisti, presentazioni di libri, film, concerti.**

Questi i numeri dell' **Internet Festiva 2013** che sarà ospitato dalla città di Pisa da giovedì 10 a domenica 13 ottobre.

Il Festival si svilupperà nelle **piazze, nelle sedi universitarie, nei musei, nei cinema e nei teatri** pisani.

Madrina dell'edizione 2013 sarà **Maria Wikissori**, testimonial fantasiosamente ispirato alla pedagogista Maria Montessori a 61 anni dalla scomparsa. La sua sagoma si aggiungerà a quelle di Googleo Galilei, spirito guida del Festival, e dei testimonial dello scorso anno Mark Gutenberg, Steve J. Marconi e Obama Lincoln.

Un flusso continuo di idee, pensieri e talenti per capire come l'innovazione possa generare **opportunità in ambito economico, sociale e culturale**.

Il programma di Internet Festival sarà diviso in aree tematiche:

- **Internet for Citizens** (l'innovazione sociale, intesa come miglioramento della qualità della vita attraverso il ricorso alla Rete);
- **Internet for Makers** (spazio dedicato alle idee e opportunità lavorative nate grazie al web, con focus su Big Data e business networking);
- **Internet for Tellers** (la rete come luogo di flussi informativi, con un'analisi dei contenuti prodotti dalle e sulle donne);
- **SmartUp, Speciale per Imprese**, una sezione dedicata alle imprese, novità dell'edizione 2013, che funzionerà come piattaforma di networking e incubatore.

In programma anche i **T-Tour, tre location per la parte educativa-formativa della cultura digitale**.

**Tantissimi gli appuntamenti.**

Solo per citarne **alcuni**: l'esperienza storica di Olivetti rivissuta con Elserino Piol; il marketing sostenibile spiegato da John Grant; i segreti di Jaromil, famoso hacker italiano. E ancora: le start up innovative in ambito tecnologico e green; un nuovo episodio della saga secolare Pisa vs Livorno rivisto alla luce dei Big Data; il focus sulla eSecurity e i Big Data per prevenire il crimine; la sezione dedicata alle donne e al web con la presidente di Wikimedia, Frieda Brioschi; i civic media raccontati da Robert Bjarnason e Pietro Speroni di Fenizio. Si parlerà anche di Umanesimo 2.0 con il direttore della facoltà di metaLAB di Harvard Jeffrey T. Schnapp. Fake e il tema dell'identità digitale è un momento di riflessione sul tema dell'alterazione/contraffazione del sé in senso filosofico e metaforico con Alberto Abruzzese, Vincenzo Susca, Claudia Attimonelli, Stéphane Hugon.

**Il Festival chiude con un evento dedicato alle Smart city e a come la tecnologia ridisegni la vita quotidiana** con il sindaco di Santander Iñigo de la Serna, l'innovatore veneto Michele Vianello, il presidente della Toscana Enrico Rossi.

Non solo rete ma anche **altissima tecnologia con la presentazione in anteprima mondiale di nuovi software e app**.

Tutti gli eventi sono ad **ingresso libero**.

Il Festival propone spettacoli teatrali in prima nazionale prodotti in esclusiva per il Festival. Lucia Annunziata, Aniello Arena, David Riondino, Marino Sinibaldi, Salvatore Settis e Cristiana Guccinelli interpreteranno e animeranno **DivinLavoro**, il mondo del lavoro declinato come le tre cantiche della Divina Commedia.

Inoltre, tutte le sere saranno proiettati **film dedicati all'attualità e al web**, con uno spazio ampio dedicato alla web series, l'innovazione cinematografica del futuro.

Il calendario e le indicazioni per partecipare al Festival sono consultabili su [www.internetfestival.it](http://www.internetfestival.it).

Fonte: Adnkronos/Ign e sito InternetFestival

## E-COMMERCE

### 5 cose da sapere sul mobile Commerce.

Oggi si parla sempre di più, accanto e oltre all'e-commerce, anche di **M-Commerce**, la pratica di vendita/acquisto on line **tramite mobile**.

Si tratta di un fenomeno in forte ascesa che i marketers devono conoscere e capire perché rappresenta per loro una grossa opportunità. In particolare, è necessario **offrire risposte adeguate ai consumatori** perché i device sono molti e diversi fra loro come diversificate sono le esigenze dei consumatori stessi.

Come riporta **ComScore**, ci sono almeno **5 cose fondamentali** che è necessario sapere sul Mobile Commerce e che evidenziano tutta la portata del fenomeno in atto. Ce le descrive in maniera sintetica ma efficace PMI Servizi in un **articolo** accessibile dalla pagina web: <http://news.pmiservizi.it/news/internet-news/mobile-commerce-da-sapere.html>

### I codici sconto per l'e-commerce

Uno degli **strumenti per incentivare le vendite** maggiormente usato sui principali siti di commercio elettronico è quello dei **codici promozionali** che vengono donati agli utenti, clienti fidelizzati e non, proprio con l'obiettivo di stimolare l'acquisto.

Nell'attuale scenario di crescita del mercato e-commerce sia a livello mondiale che nazionale, lo strumento in questione è molto diffuso e sicuramente da prendere in considerazione anche se, ovviamente, **previa analisi di obiettivi, vantaggi e forme di comunicazione** finalizzati ad un'efficace utilizzo.

A questo strumento di web marketing **SpazioImpresa** ha dedicato un **articolo** che è consigliabile leggere affinché i suoi vantaggi siano non solo per il cliente, ma anche e soprattutto per il retailer.

Leggi l'articolo alla pagina:

[http://www.spazioimpresa.biz/marketing\\_comunicazione/1026-1%20codici%20sconto%20per%20l'e-commerce.php](http://www.spazioimpresa.biz/marketing_comunicazione/1026-1%20codici%20sconto%20per%20l'e-commerce.php)

### Conversion rate: come misurare il successo di un e-commerce

Quando un **sito e-commerce** genera molto traffico è sicuramente a buon punto in termini di indicizzazione sui principali motori di ricerca, Google in primis. Ma **quando le vendite stentano a decollare** il segnale è chiaro: qualche problema potrebbe esserci ed è **opportuna un'analisi di dettaglio**.

Di **elementi che possono stimolare le vendite** ce ne sono diversi: come viene proposto (testo ed immagine) un servizio/prodotto, la veste grafica e funzionale del sito (colori, design, possibilità di ricerche interne guidate), i prezzi applicati. Tanti fattori che sono determinanti in maniera negativa o positiva sul tasso di conversione.

Qui di seguito si descrivono **alcune possibili cause** che impediscono la trasformazione di un utente in cliente e determinano una **bassa conversion rate** e alcuni **consigli** per superare queste barriere.

**Il processo di acquisto lungo** - Far perdere tempo agli utenti è uno dei più grandi errori che si possono commettere. I consumatori durante la navigazione in internet sono alla ricerca di gratificazione immediata e facili soluzioni ai loro problemi. A fronte della compilazione di un modulo che richiede una elevata quantità di informazioni invierà rapidamente visitatori a consultare un altro sito. Per evitare ciò, bisogna progettare i moduli da compilare in modo che siano i più brevi e piacevoli possibili. Chiedere solo le informazioni essenziali, ricordando che una volta aggiunto un cliente alla customer base sarà possibile raccogliere più dati in seguito.

**Velocità di caricamento del sito** - è una questione squisitamente tecnica che riveste una grande importanza. Per valutare al meglio questo parametro non basta navigare sul sito. Quello rappresenta il primo step che può dare prime indicazioni. Ma non ci si può limitare a questo perché la velocità di caricamento potrebbe dipendere dal tipo di connessione che si ha a disposizione in quel momento e dalla velocità del proprio pc. Per valutazioni più oggettive si potrebbe utilizzare Google Analytics. Elementi grafici complessi per un design più appealing tendono a richiedere maggiore tempo per il caricamento, soprattutto per le versioni non aggiornate dei browser. L'unico rimedio in questo caso è eliminare gli elementi che rallentano la velocità di caricamento. Sul web il segreto del successo sta anche nella velocità e nella semplicità.

**Le scelte di comunicazione "furbe" e poco coerenti** - un cliente clicca su un link sponsorizzato che promette determinate cose che poi arrivati sulla landing page di destinazione non trovano conferma. Si tratta di una strategia promozionale molto discutibile e che certamente produce scarsi effetti commerciali. Tanto traffico e poche vendite: questo è il risultato che si raggiunge quando si costruiscono post o annunci a pagamento che non rispecchiano il sito e-commerce. In tal caso l'utente arriva ma tende ad abbandonare il sito nel giro di pochissimi secondi. Per ovviare a questo problema è necessario essere sinceri quando si vende un prodotto. Parole chiave e testi devono rispecchiare quello che un utente troverà nella pagina di destinazione e in tutto il sito. Le bugie sul web hanno le gambe molto corte.

**Landing page poco efficace** - se un sito totalizza molti click, significa che le strategie ed azioni messe in campo per rendere visibile il sito e stimolarne l'accesso sono buone. L'utente una volta cliccato giunge ad una pagina di atterraggio (o landing page) che deve essere curata in maniera molto attenta. Deve indicare in maniera chiara e sintetica gli step necessari per acquistare. Se questa non fornisce tutte le informazioni minime indispensabili, allora i visitatori tenderanno ad accedere a più pagine per reperire le informazioni che gli servono. E quando si stancheranno tenderanno ad abbandonare il sito. Per ovviare a questo problema si potrebbe costruire la landing page tenendo in considerazione i contenuti più importanti e cercando di disporli in maniera chiara nelle aree su cui si focalizza maggiormente l'attenzione dell'utente, tendendo conto che gli occhi degli utenti tendono a seguire un percorso ad "F": elementi importanti (come i pulsanti per l'acquisto) devono occupare posizioni in alto.

Fonte: [spazioimpresa.biz](http://spazioimpresa.biz) (Rosvanna Lattarulo)

### E-commerce 2013: statistiche vendite in Europa. L'Italia è tra le nazioni emergenti

*Regno Unito, Germania e Francia dominano il mercato europeo. L'Italia e gli altri paesi del centro e del sud Europa recuperano posizioni*

L'**Europa** si conferma anche quest'anno come **il mercato più attivo** per quanto riguarda l'**e-commerce B2C** (il commercio elettronico relativo alla vendita diretta al consumatore), con un **fatturato di 311,6 miliardi di euro** nel 2012, **in crescita del 19%** rispetto al 2011, e che raddoppierà nel giro di 3 anni, arrivando a **quota 625 miliardi nel 2016**.

In questo contesto l'**Italia** si conferma **uno dei paesi emergenti**, con un aumento sensibile dell'intero mercato e-commerce stimabile in un **aumento del fatturato del 12% rispetto al 2011**, per un valore complessivo di 21 miliardi di euro. Il successo dell'e-

commerce B2C è dettato soprattutto dalla **crescita delle vendite dei dispositivi mobili**, mentre l'Italia fa eccezione nel contesto generale grazie anche al **gioco online** che, legalizzato nel 2011, è andato a contribuire sostanzialmente all'incremento del fatturato dell' e-commerce più degli altri settori merceologici.

In generale, **in Italia**, è sensibilmente **umentato** negli ultimi anni **il numero di persone che si collegano ad internet**, e con esso la fiducia e la dimestichezza nei pagamenti online, un dato che spiega l'aumento delle vendite dirette online e che conferma come gli italiani siano sempre più alla ricerca di offerte speciali sul web per portarsi a casa dispositivi elettronici a prezzi più bassi.

Per quanto riguarda **il resto d'Europa**, secondo quanto emerso dal rapporto Europe B2C Ecommerce Report 2013 di Ecommerce Europe, il mercato è dominato sempre da **Regno Unito** (96 miliardi di euro), **Germania** (50 miliardi) e **Francia** (45 miliardi), che insieme hanno generato il **61% delle vendite**, ma, insieme all'Italia, i paesi in cui si riscontra la maggior crescita del mercato sono quelli del centro e del sud Europa.

## NORMATIVA

### Dal 1° settembre obbligatorio l'accesso riservato sul sito delle compagnie di assicurazioni

Dal 1° settembre 2013 i **consumatori** che stipulano una polizza di assicurazione possono **chiedere l'attivazione di un'area riservata**, a cui **accedere con modalità protetta**, sul sito internet della propria compagnia di assicurazione.

I consumatori, infatti, devono poter consultare le coperture assicurative in essere, le condizioni contrattuali sottoscritte, lo stato dei pagamenti dei premi e le relative scadenze, nonché conoscere il valore di riscatto della propria polizza vita o il valore delle prestazioni nel caso di prodotti assicurativi a contenuto finanziario. Nell'area riservata sarà altresì possibile consultare e scaricare l'attestazione di rischio per la polizza Rc auto e ricevere eventuali comunicazioni da parte dell'assicuratore.

Lo ha stabilito l'**Ivass, l'Authority sulle assicurazioni**, con il provvedimento del 16 luglio 2013 n. 7 sull'home insurance (pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale serie generale del 25 luglio 2013 n. 173).

**Il provvedimento** dell'Ivass dà attuazione all'articolo 22, comma 8, del decreto legge 18 ottobre 2012, n. 179 e «*mira a semplificare e velocizzare, mediante il ricorso allo strumento tecnologico, il rapporto con l'impresa di assicurazioni che diventa più immediato e trasparente, grazie anche alla possibilità di accedere alle informazioni in qualsiasi momento*».

La finalità della norma è quella di **favorire una più efficace gestione dei rapporti assicurativi** valorizzando il canale di comunicazione telematico quale strumento per **accrescere la trasparenza e semplificare** il rapporto impresa-assicurato

## PRIVACY

### Non cliccare sul link: il Garante Privacy diffonde un vademecum contro lo spam

Il cittadino che riceve **messaggi promozionali indesiderati** via telefono, mail, fax, sms o mms senza aver prestato il proprio consenso a riceverli, ha le 'armi' per difendersi.

Se è una **persona fisica**, può presentare segnalazioni, reclami e ricorsi al Garante per la protezione dei dati personali e può rivolgersi al giudice ordinario per l'eventuale risarcimento del danno. Se invece si tratta di una **persona giuridica**, si può rivolgere al giudice ordinario per il risarcimento del danno; non può fare segnalazioni, reclami e ricorsi al Garante, che può però intervenire d'ufficio.

Uno **strumento utile** per prevenire e agire contro lo spam, sapendo 'cosa non devi fare', arriva dalla **nuova campagna informativa del Garante privacy** ([www.garanteprivacy.it/spam](http://www.garanteprivacy.it/spam)). Una scheda e un video diffuso anche su Youtube illustrano in forma sintetica **le principali cautele da adottare** per un uso più consapevole dei sistemi di comunicazione personale (telefono, sms, posta elettronica, social network) e per **evitare anche involontarie diffusioni dei propri dati personali**.

Nella scheda sono indicate anche le modalità per chiedere la cancellazione dei propri dati personali e l'interruzione dell'invio di comunicazioni indesiderate, così come le procedure per il ricorso a forme di tutela amministrativa o giurisdizionale.

Al primo posto del vademecum, i **consigli per prevenire lo spam**: "Non diffondere, soprattutto on line, il tuo indirizzo o mail o il numero di telefono fisso o mobile".

Al secondo posto **un'altra dritta**: "Se per ottenere un dato servizio (iscrizione a newsletter, acquisti on line ecc.), devi firmare un documento o iscriverti a un sito web, occorre leggere sempre con attenzione le regole privacy e le condizioni d'uso del servizio, e soprattutto verificare le modalità e le finalità del trattamento dei dati personali".

Il **Garante invita** quindi a prendere in considerazione l'ipotesi di **utilizzare più indirizzi e-mail** per le diverse esigenze: si potrebbe crearne uno ad uso esclusivamente commerciale, da impiegare per fare acquisti on line. In questo modo, il rischio di 'contagio spam' non coinvolgerebbe gli indirizzi di posta che l'utente utilizza per le sue esigenze quotidiane più importanti, come lavoro e amicizia.

"Se hai un sito personale o un blog su cui vuoi pubblicare la tua mail - continua a suggerire il Garante- **proteggila con sistemi di crittografia** che rendono la vita più difficile ai programmi (i cosiddetti spider) capaci di raccogliere in automatico gli indirizzi di posta elettronica per finalità di spamming". E ancora: *se si invia una mail a molti destinatari, non rendere visibili gli indirizzi dei propri contatti e usare la funzione 'destinatario in copia conoscenza nascosta* (ccn)'.  
Si può inoltre provare a usare i **filtri anti-spam** offerti da alcuni programmi di posta elettronica che permettono di cancellare tutta la posta proveniente da un particolare indirizzo.

Necessario, poi, **mantenere in efficienza il proprio pc**, scaricando periodicamente gli aggiornamenti (che contengono anche difese anti-spam) per il sistema operativo e gli applicativi più utilizzati, e installare un programma anti-virus che offra anche una protezione anti-spam.

Se invece si utilizzano i **social network**, **4 'regole d'oro'** possono aiutare a evitare 'persecuzioni' da spamming: anzitutto **controllare le impostazioni privacy del proprio account** eventualmente limitando la visibilità del profilo; se disponibile, **utilizzare la funzione di blocco per i soggetti che inviano messaggi indesiderati**. Al terzo posto **'non dare l'amicizia a soggetti sconosciuti'**.

Infine: **evitare di rendere pubblici sulla propria pagina personale la propria mail o il numero di cellulare.**

'Cosa non devi fare' è un'altra **sezione del 'vademecum'** del Garante per fronteggiare i messaggi indesiderati.

Anzitutto **'non rispondere allo spam'**, perché la mail inviata in risposta può consentire allo 'spammer' (ovvero a colui che manda lo spam) di stabilire che il tuo indirizzo mail è valido e attivo. Così può continuare a 'spammarti' o rivendere il tuo indirizzo, a quel punto verificato, a terzi. Ma può anche tentare di utilizzare il contatto creato per portare avanti tentativi di truffa".

Fonte: Adnkronos

## SOCIAL NETWORKS

### Social network e acquisti online

*L'influenza dei social network nelle decisioni di acquisto raccontata attraverso un'infografica*

L'influenza dei social network sui consumatori è ormai una realtà evidente anche se ci sono aziende che ancora si dimostrano scettiche snobbando l'inserimento dei social nel proprio piano di comunicazione.

A convincere gli scettici o comunque chi non ha ancora preso una decisione, può sicuramente essere utile una **infografica** realizzata da "Social media today" i cui dati dimostrano in maniera inequivocabile **l'influenza dei social nelle decisioni d'acquisto**, specialmente per ciò che concerne i **siti di e-commerce** ed i guadagni che tramite questi si possono ottenere. L'**infografica** (commentata) è disponibile **su Pmi Servizi** alla pagina web:

<http://news.pmiservizi.it/approfondimenti/internet-approfondimenti/ecommerce-social-network.html>

## ULTIME DALL'UE

### Nuovo piano tlc, stop roaming UE

- Fine dei costi di roaming in tutta l'Unione Europea (da luglio 2014);
- abolizione della maggiorazione del prezzo delle telefonate internazionali in Europa;
- regole più semplici per aiutare le imprese a investire di più e a espandersi oltre confine;
- tutela della neutralità della rete.

Sono alcuni punti salienti del **nuovo pacchetto di norme sulle telecomunicazioni**, approvate dalla **Commissione europea**.

Si tratta di **una serie di misure** che punta a **rivoluzionare il settore delle telecomunicazioni europeo**.

**Cosa prevede il nuovo piano UE?**

Dal 1 luglio 2014 non sarà più possibile imporre una tariffa per le chiamate ricevute in **roaming** durante gli spostamenti nell'UE. Le società di telefonia potranno scegliere tra offrire piani telefonici validi ovunque nell'Unione Europea, i cui prezzi saranno determinati dalla concorrenza sul mercato interno, oppure consentire ai loro clienti di "dissociare" i piani tariffari, vale a dire selezionare un diverso fornitore per il roaming che offre tariffe inferiori (senza dover acquistare una nuova scheda Sim). Si tratta di una proposta, spiega la Commissione, che si basa sul regolamento relativo al roaming del 2012 che impone agli operatori tagli dei prezzi all'ingrosso del 67% per il traffico dati a partire da luglio 2014.

Sono previste anche una **semplificazione delle norme** per gli operatori delle telecomunicazioni attraverso un'unica autorizzazione per operare in tutti i 28 Stati membri (invece di 28 autorizzazioni diverse). Nel piano anche una maggiore armonizzazione delle modalità con cui gli operatori possono affittare gli accessi alle reti di proprietà di altre società per offrire un servizio concorrenziale. Altra misura importante è **l'abolizione della maggiorazione del prezzo delle chiamate internazionali** in Europa da fisso che dovranno costare come chiamate nazionali a lunga distanza.

Da segnalare anche la **tutela giuridica dell'internet aperta** (neutralità della rete). Sarà infatti vietato bloccare o rallentare i contenuti di internet, fornendo agli utenti un accesso alla rete completo e aperto, indipendentemente dal costo dell'abbonamento o dalla velocità della connessione. Il piano propone anche nuovi diritti per i consumatori.

L'importanza delle nuove misure va al di là del peso che le telecomunicazioni ha sull'economia digitale europea (appena il 9%), quanto piuttosto perché tutti i settori dipendono in misura crescente dalla connettività per offrire servizi ed essere competitivi a livello mondiale.

*Per saperne di più:*

[Approfondimento della Commissione europea](#)

[Comunicazione sul contesto e l'urgenza di un mercato unico delle telecomunicazioni \[EN\]](#)

[Sito web 'Un continente connesso' \[EN\]](#)

Fonte: Dipartimento delle Politiche Comunitarie

## WEB MARKETING

### Come lavorare con le applicazioni. (le 10 applicazioni indispensabili per il business aziendale)

**Siemens Enterprise Communications e Detecon**, società di consulenza ICT, ha diffuso i risultati di un'indagine qualitativa condotta tra aziende di settori diversi per capire come l'uso di applicazioni per dispositivi mobili stia influenzando il loro

business.

**I risultati sono indicativi di come il fenomeno "device" sia in continua progressiva espansione e di come ormai non si possa**

**più rinunciare al loro utilizzo. La ricerca, peraltro descrive** come vengono utilizzate app per il lavoro e ne individua **10 considerate** indispensabili per il business aziendale.

La sintesi dei contenuti della ricerca e l'elenco, con relativa descrizione, delle **10 applicazioni fondamentali per il lavoro in azienda** sono pubblicate da **MyMarketing.net** alla pagina web: [http://www.mymarketing.net/index.php?art\\_id=2762&sez\\_id=4](http://www.mymarketing.net/index.php?art_id=2762&sez_id=4)

### Sei punti fondamentali per il restyling di un sito web

Prima o poi si presenta a tutti la necessità/opportunità di rivedere l'impostazione del proprio **sito web**, ovvero di procedere al cosiddetto "**restyling**".

Molti procedono facendo *tabula rasa* della piattaforma esistente, dei suoi contenuti e delle sue immagini, ma facendo ciò commettono un grande errore perché, se da un lato è giusto rinnovare l'aspetto del sito, bisogna anche non perdere mai di vista l'aspetto tecnico per **non rischiare di perdere visibilità sul web**.

Esistono **6 punti fondamentali** che bisogna sempre tener presenti in fase di **restyling di un sito web**. **Pmi Servizi** li ha individuati sul sito di **Search Engine Watch** e li ha tradotti e sintetizzati per noi alla pagina: <http://news.pmiservizi.it/approfondimenti/internet-approfondimenti/restyling-sito.html>

### La BlogEconomy: dati e consigli utili raccolti in un'infografica

*Dati statistici sull'economia legata al blogging e alcuni consigli su come curare alla perfezione un blog per ottenere una maggiore visibilità online.*

Sono ormai riconosciute le **enormi potenzialità del BLOG**, ovvero il particolare sito internet dove si approfondisce un argomento o si pubblicano/leggono delle notizie.

I blog infatti sono in grado di generare orientamenti e influenzare il comportamento d'acquisto dei clienti che seguono un determinato brand e rappresentano quindi uno strumento utile a far crescere il business e le vendite.

La redditività dello strumento ha naturalmente generato la pratica del "**blogging**", ovvero **l'arte di curare il blog** nell'ottica di una vera e propria economia legata a tale contesto, la cosiddetta **BlogEconomy**.

Pmiservizi.it, ha pubblicato un'interessante **analisi del fenomeno, completa di una accattivante infografica** sulla BlogEconomy (a cura di **Ignite Spot**) che, oltre a riportare alcuni importanti dati, mostra l'evoluzione del blog nel tempo, illustra le 5 principali categorie di blogger, nonché i principali motivi per implementare e curare un blog.

Il tutto alla pagina web: <http://news.pmiservizi.it/approfondimenti/internet-approfondimenti/blogeconomy-infografica.html>

### Cinque strumenti utili per il web marketing

*Una selezione, free e a pagameano, di strumenti consigliati da professionisti del settore*

Lavorare sul web, in particolare **fare web marketing**, non è un gioco da ragazzi e **non si può improvvisare**.

Il web marketing richiede **studio, conoscenze**, e soprattutto **capacità ed impegno nell'analisi**.

Esistono poi degli **strumenti che possono supportare**, rendendole più semplici ed efficaci, alcune attività (monitoraggio, ricerca e condivisione).

Pmi Servizi ha individuato una selezione di **quattordici strumenti di web marketing** (sia "free" che a pagamento) effettuata da altrettanti esperti/professionisti del settore per **Social Media Examiner** e ne propone **5 particolarmente interessanti** alla pagina:

<http://news.pmiservizi.it/approfondimenti/internet-approfondimenti/web-marketing-tool-utili.html>

La **selezione completa** (in inglese) di **Social Media Examiner** è invece accessibile alla pagina:

<http://www.socialmediaexaminer.com/social-media-tools-used-by-pros-today/>

## INIZIATIVE ISTITUZIONALI

### Il diritto d'autore on line: una FAQ dedicata sul sito dell'AGCOM

L'**AGCOM** (Autorità per le garanzie nelle comunicazioni) ha pubblicato sul proprio sito una interessante quanto utile **FAQ** con domande e risposte sulle questioni più importanti relative alla **tutela del diritto d'autore in Internet** (ambito d'applicazione del regolamento, aspetti della normativa riguardanti il download e la condivisione di files, i blog, .lo streaming, utilizzo di materiale pubblicato su internet ecc.). La FAQ è **disponibile alla** pagina web: <http://www.agcom.it/default.aspx?DocID=11567>.

**Sempre sul sito dell'Autorità, è anche disponibile l'accesso alla documentazione illustrata nel corso del Workshop "Il diritto d'autore on line: modelli a confronto"** tenutosi il maggio scorso (organizzazione AGCOM). La documentazione è **disponibile alla** pagina web: <http://www.agcom.it/default.aspx?DocID=11567>

### Scegliere e utilizzare i servizi bancari on line è "Facile e sicuro"

Il progetto "**Facile e sicuro, la banca multicanale**", realizzato dal Movimento difesa del cittadino, Adiconsum, Codacons in collaborazione con Unicredit, ha lo scopo di informare i consumatori delle possibilità offerte dalla banca multicanale e indirizzarli verso l'utilizzo dei servizi bancari on line, abbassandone il grado di diffidenza ed educando i giovani alla finanza. Tutte le informazioni si trovano sul sito [www.facilesicuro.it](http://www.facilesicuro.it)

**SITI, PORTALI, SOLUZIONI INTERNET PER LE IMPRESE**  
Con **Debitoor.it** la fatturazione è più facile..

**Debitoor è un'applicazione gratuita per la fatturazione** che aiuta i professionisti e le piccole imprese a creare fatture professionali in pochi secondi.

Debitoor è disponibile in **sette lingue** in oltre 40 paesi del mondo. Consente di creare le fatture in modo semplice e rapido, per operare in paesi diversi, gestire i dati dei clienti, preparare offerte o tracciare il tuo flusso di cassa.

**La versione base di Debitoor è gratuita.** Quindi, se si vogliono utilizzare solo le funzioni standard del programma, si può usare Debitoor in maniera assolutamente gratuita. Non ci sono limiti al numero di fatture che puoi creare e inviare gratuitamente.

Se si decide invece di passare dalla versione gratuita alla versione Premium, è possibile effettuare l'upgrade con apposito modulo di richiesta.

Link: [Debitoor.it](http://Debitoor.it)

### **Avviare un'attività imprenditoriale: on line un kit di autoapprendimento**

Unioncamere Emilia-Romagna ha predisposto uno **strumento on line**, che ha l'obiettivo di aiutare e guidare la **creazione, lo start-up e la gestione di nuove imprese, soprattutto femminili.**

Si tratta di un vero e proprio **corso navigabile** da tutte le donne (imprenditrici o aspiranti tali) per leggere ed imparare come aprire o migliorare un'impresa.

Link: [Kit di autoapprendimento per aspiranti imprenditrici](#)

### **Guida di orientamento agli incentivi per le imprese della Regione Toscana. On line l'ultima edizione.**

*Pubblicata la XX edizione pdf della Guida*

La **Guida di orientamento agli incentivi per le imprese** (in formato file .pdf) è giunta alla sua **XX edizione (giugno 2013)**; contiene informazioni di primo orientamento sulle agevolazioni cui le imprese possono accedere, illustra **gli incentivi e le agevolazioni per imprese industriali, artigiane, turistiche e commerciali ed agricole.** Ogni incentivo e agevolazione è descritto sinteticamente in una scheda informativa, con riferimenti e link ad approfondimenti e atti amministrativi.

La Guida, curata dalla Regione Toscana, è aggiornata periodicamente. Gli incentivi sono rivolti a grandi, piccole, medie e micro imprese, alle cooperative e ad altri soggetti. Sono presentati suddivisi in tre aree: **Sostegno alle attività produttive, servizi; Sostegno alla formazione e occupazione** (scarica pdf "[Referenti provinciali per la formazione e lavoro](#)"); **Sostegno allo sviluppo rurale** (scarica pdf "[Referenti provinciali per lo sviluppo rurale](#)"). Consulta le [note esplicative \(in file pdf\)](#) della Guida pdf.

La [Guida online dei bandi aperti](#) fornisce un **accesso diretto** ai singoli bandi per **incentivi e co-finanziamenti alle imprese emessi dalla Regione, dallo Stato e dall'Europa**, aperti e di prossima scadenza, nei diversi settori produttivi e di gestione aziendale

Per **ricevere direttamente sulla propria posta elettronica la Guida pdf** nelle edizioni periodicamente aggiornate è possibile iscriversi alla lista di distribuzione all'indirizzo [www.liste.regione.toscana.it/mailman/listinfo/catalogo.incentivi](http://www.liste.regione.toscana.it/mailman/listinfo/catalogo.incentivi).

Fonte: Regione Toscana

## **APPUNTAMENTI**

### **Percorso formativo: Idee per lavorare in proprio da casa: il Drop Shipping, cos'è e come avviarlo. Camera di Commercio di Lucca, 5 e 6 dicembre 2013**

Le nuove tecnologie e l'evoluzione di Internet offrono nuove possibilità di creare nuova impresa con organizzazioni diverse da quelle tradizionali.

Questo corso propone un modello di business che rientra nel campo della vendita e del commercio ma non necessita di locali aperti al pubblico.

Un esempio è offerto dal **Drop shipping** (o drop ship) nato oltre 10 anni fa in USA, grazie alla diffusione delle aste on line e di siti come e-bay.

E' un modo per creare un'attività commerciale attraverso un **proprio negozio virtuale da casa, senza possedere materialmente gli oggetti in vendita.**

I fattori di successo di questa idea imprenditoriale comprendono delle buone capacità di auto promuovere l'attività, lo studio approfondito della concorrenza, la capacità di sapersi muovere con destrezza in Internet. Servono un pc e un collegamento ad internet e l'attività può essere sviluppata anche da persone diversamente abili.

La **Camera di Commercio di Lucca** ha dedicato al tema un **percorso formativo**, strutturato in **2 giornate** formative dalle ore 9 alle 18 e si terrà **Giovedì 5 e venerdì 6 Dicembre 2013** presso la sede della Camera di Commercio di Lucca in Corte Campana, 10.

Le **iscrizioni** dovranno pervenire **entro** e non oltre **le ore 14 di Mercoledì 4 Dicembre** .

**Sede:** Camera di Commercio di Lucca – Corte Campana, 10 - 55100 Lucca

**Data termine iscrizioni:** 4-12-2013

**Informazioni, programma e scheda di adesione on line** sono disponibili sul sito della Camera di Commercio alla pagina web: [http://www.lu.camcom.it/corsi\\_dettaglio.php?id=553](http://www.lu.camcom.it/corsi_dettaglio.php?id=553)

### **Corso: Come avviare un'attività di e-commerce. Camera di Commercio di Lucca. 25 e 26 novembre 2013**

Con un incremento del 32% e un volume d'affari che ha superato i 18 miliardi di euro, **l'e-commerce** dimostra di essere anche nel 2013 in buona salute e rappresenta **un'opzione sia per aziende avviate sia per le start up**, oltre che uno **strumento per l'internazionalizzazione.**

Su tali basi, la **Camera di Commercio di Lucca** ha predisposto l'organizzazione di un **corso** allo scopo di fornire **gli strumenti per**

**impostare un'attività di e-commerce:** dalle verifiche preliminari agli aspetti legali, dal marketing ai sistemi di pagamenti, dai contenuti ai casi di successo.

Il corso è strutturato in **2 giornate** dalle ore 9 alle 18 e si terrà **Lunedì 25 e Martedì 26 Novembre** presso la sede della Camera di Commercio di Lucca in Corte Campana,10.

Le **iscrizioni** dovranno pervenire **entro** e non oltre **le ore 14 di venerdì 22 Novembre**.

**Sede:** Camera di Commercio di Lucca – Corte Campana, 10 - 55100 Lucca

**Data termine iscrizioni:** 22-11-2013

**LINKS:**

[Scheda di adesione on line](#)

[Programma](#)

[Informazioni generali](#)

