



Unioncamere
Toscana

Newsletter Net Economy

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

N° 11 del 25/10/2013

IN EVIDENZA

LUCENSE-Discovery: il software innovativo per monitorare la Rete

Elaborato da Lucense scpa, il software si configura come strumento indispensabile per il marketing 2.0 sia per aziende che per la pubblica amministrazione

Si chiama **"LUCENSE-Discovery"** ed è il software sviluppato dalla società pubblico privata con sede nel Polo Tecnologico Lucchese per **monitorare automaticamente ciò che viene scritto in rete**.

Web analysis, web monitoring: in qualunque modo decidiate di chiamarle, l'obiettivo prodotto da queste azioni è sempre lo stesso: leggere, nel loro divenire, i processi di gradimento o di critica verso un'azienda, una campagna pubblicitaria, un prodotto, o un comportamento del management.

Pensate a un tema e ditelo ad alta voce. **Lucense** con il suo **software** e grazie agli esperti informatici, **Cesare Zavattari e Alessandro Tommasi**, si occuperà di produrre i risultati indagando e prendendo in considerazione un determinato periodo di tempo. Le parole su Twitter rilevano l'interesse dell'utente, oltre che l'umore. E il software, **LUCENSE-Discovery**, consente **l'estrazione automatica dei temi chiave** e permette di **tenere traccia dell'evoluzione** e del cambiamento nel tempo **delle attitudini emotive e degli interessi degli utenti**.

«Lucense, anche nella sua qualifica di "organismo di ricerca", ha come obiettivo – spiega l'ing. Mauro Fenili, responsabile tecnico della società – quello di sostenere lo sviluppo economico lucchese facendo leva sull'innovazione. In particolare lavoriamo da molti anni nel settore delle tecnologie informatiche legate a internet e oggi abbiamo potenziato le nostre competenze con l'inserimento di due nuovi esperti informatici che hanno sviluppato una significativa conoscenza e strumenti software evoluti nel settore del riconoscimento automatico del linguaggio naturale. Un settore che sta sempre più diventando di interesse per imprese e istituzioni, in virtù dell'enorme mole di ciò che viene scritto in rete"».

Contando che nel mondo una persona su 9 ha un profilo personale su Facebook (in Italia 1 su 5), e che i suoi 800 milioni di utenti in media spendono 700 milioni di minuti al mese tempestando la piattaforma con 30 miliardi di contenuti mensili; considerando poi che il flusso di cinguettii su Twitter ha raggiunto una portata tale da sfiorare i 200 milioni di tweet al giorno, possiamo tranquillamente affermare che i social network sono oggi una cartina tornasole più che affidabile per misurare i trend che dominano la rete. Ecco perché **il software come quello sviluppato da Lucense sta diventando un supporto indispensabile per un marketing innovativo**, che punta sul web 2.0, **sia per le aziende sia per la pubblica amministrazione**.

«Disporre di un cruscotto capace di leggere la trasformazione del "comune sentire" in senso favorevole o sfavorevole - **continua Fenili** - darà alla pubblica amministrazione un radar di opinione cruciale nella creazione o nella distruzione del consenso».

Facebook, Twitter, Foursquare, Google+, My Space. "LUCENSE-Discovery" permette di **studiare e analizzare tutti questi social network** e si avvale di **strumenti multilingua**, già testati, ad esempio, per cinese e giapponese, oltre che inglese, francese, tedesco, spagnolo, portoghese, svedese, russo e arabo.

*«I rilievi che abbiamo effettuato a scopo dimostrativo – **concludono Zavattari e Tommasi** – li abbiamo concentrati su Twitter e Facebook. Nel primo caso abbiamo effettuato un monitoraggio su Twitter che facesse emergere i temi principali di cui si parla in relazione alla nostra città. E il risultato è un netto predominio del tema Cosplay (31,5 per cento) nelle discussioni su Lucca Comics. Su Facebook, invece, abbiamo monitorato il tema "giovani e lavoro". Il sistema ha individuato automaticamente due argomenti prevalenti, attorno ai quali ha riunito numerosi post: da una parte la mancanza di lavoro e dall'altra le iniziative che affrontano il tema offrendo tirocini e formazione in azienda. Una ulteriore particolarità del nostro programma è la capacità di rilevare automaticamente la popolarità, o il trend nel tempo, dei temi in esame.*

On line gli atti della giornata APRE sui nuovi bandi Horizon 2020 nel settore ICT (14 ottobre).

Secondo quanto anticipato nel numero di settembre di questa Newsletter, il 14 ottobre scorso si è svolta a Roma la **Giornata informativa sui nuovi bandi 2014-15** per la **tematica ICT del programma "Horizon 2020"**, che sarà finanziata dalla Commissione europea a partire dal 2014. L'evento è stato organizzato dall'**Agenzia per la Promozione della Ricerca Europea** (APRE) per conto del Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca ed in stretta collaborazione con la Commissione europea.

L'incontro ha illustrato come la ricerca possa essere applicata alle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (TCI) nei tre pilastri Horizon 2020 e ha presentato il Programma di lavoro ICT 2014-15. Durante l'evento sono stati inoltre descritti gli aspetti innovativi delle **regole di partecipazione** e degli strumenti relativi al Programma Horizon 2020.

Gli atti della giornata formativa (vale a dire la documentazione relativa agli interventi dei relatori) sono disponibili

sul sito di APRE alla pagina web: <http://www.apre.it/eventi/2013/2-semester/ict-h2020-giornata-di-lancio-bandi-2014-15/>

EVENTI/FIERE ICT

BTO 2013 - Buy Tourism Online torna il 3 ed il 4 dicembre: conto alla rovescia per la sesta edizione

Lavori nel campo del **marketing turistico**?

Gestisci una **struttura ricettiva**?

Ti occupi di **governo del territorio**?

Allora non prendere impegni per il **3 e 4 dicembre** prossimi: non puoi perdere la **sesta edizione di BTO - Buy Tourism Online**, l'evento internazionale sul **travel 2.0** che, oltre a fornire una panoramica sulle ultime novità legate al turismo in **Italia** e all'**estero**, prevede un'ampia **offerta formativa**. **La persona al centro di tutto** è il tema scelto dagli organizzatori per l'edizione 2013 di **BTO - Buy Tourism Online 2013**.

Il claim **“.IT is YOU”** accompagnerà tutti i lavori delle due giornate fiorentine che avranno luogo nella magnifica cornice della **Fortezza da Basso**.

In particolare, il programma scientifico ruoterà attorno alla **capacità** – unica – **degli italiani di fare turismo**. Perché è il singolo operatore turistico, il singolo albergatore/ristoratore che fa la differenza creando valore aggiunto e contribuendo a mantenere competitiva la **Destinazione Italia**.

Uno degli obiettivi di BTO è proprio quello di **fornire** agli operatori turistici gli **strumenti per migliorare le performance** e la **promozione della propria struttura sul web**. Nell'edizione 2012 sono stati **ben 95 gli eventi** in programma a cui hanno partecipato come relatori rappresentanti di alcune delle più conosciute realtà del turismo 2.0 (Airbnb, HomeAway, Kayak, Gogobot, Kwikchex).

Tra i **guru del travel 2.0** giunti a Firenze anche Arnie Weissmann di Travelweekly, Walter Lo Faro di Expedia, Roberto Frua di Kayak Europe, Fabio Maria Lazzerini di Amadeus, Chris Emmins di Kwikchex e Angus Struthers di TripAdvisor.

Nel frattempo, la lista dei relatori continua ad arricchirsi di partecipazioni eccellenti, che saranno via via svelate nelle prossime settimane.

Per tutte le **informazioni** sul - Buy Tourism Online 2013: <http://www.buytourisonline.com/>.

BTO - Buy Tourism Online è un evento **promosso da** Regione Toscana, Toscana Promozione e Camera di Commercio di Firenze, organizzato da Fondazione Sistema Toscana e Metropoli - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Firenze.

Programma scientifico e concept creativo: BTO Educational.

www.intoscana.it, il Portale ufficiale della Toscana, è media partner.

BTO "sociale":

Twitter <https://twitter.com/buytourism>

Flickr <http://www.flickr.com/photos/btouniversity>

Youtube <http://www.youtube.com/BTOUniversity>

Slideshare <http://www.slideshare.net/BTOEducational>

Fonte: comunicato stampa BTO

Convegno di presentazione dei risultati della Ricerca dell'Osservatorio eCommerce B2c. Milano, 14 novembre 2013

Si terrà a Milano, il **14 Novembre** prossimo, dalle ore 9.30 alle ore 16.30, presso l'Aula Carlo De Carli del Politecnico di Milano, (Campus Bovisa, Via Durando 10, Milano) il **convegno** di presentazione dell' **Osservatorio eCommerce B2C**, promosso da Netcomm e dalla **School of Management del Politecnico di Milano**.

La Ricerca 2013, basata su oltre 200 studi di caso, si è posta i **seguenti obiettivi**:

- **monitoraggio** del mercato italiano dell'eCommerce attraverso un'analisi puntuale dell'offerta;
- **confronto** con lo scenario internazionale nei principali mercati occidentali (Europa e USA), emergenti (Brasile, Cina, Russia, ...) ed evoluti (Giappone, Korea, ...);
- **stima** degli acquisti in Italia tramite Smartphone e Tablet e comprensione delle evoluzioni in atto;
- **identificazione** dei modelli multicanale adottati dai merchant italiani, con particolare attenzione ai benefici e alle criticità connesse all'utilizzo congiunto e integrato dei diversi canali (online, fisico, mobile e social);
- **individuazione** delle principali dimensioni dell'innovazione, attraverso esempi rappresentativi dei trend in atto nell'eCommerce;
- **analisi** dei servizi logistici a supporto dell'eCommerce B2c;
- **comprensione critica** delle dinamiche in atto nello scenario nazionale e internazionale delle startup di eCommerce.

La presentazione dei risultati della Ricerca sarà seguita da una **Tavola Rotonda** a cui parteciperanno alcuni dei **principali operatori dell'eCommerce B2c italiano**.

Per maggiori informazioni e per iscriverti [clicca qui](#)

E-COMMERCE

Progettare il carrello ideale per un e-commerce di successo

Da Pmi servizi consigli utili per progettare un carrello ben strutturato e migliorare le vendite

Nei siti di commercio elettronico il **"carrello"** rappresenta un **elemento fondamentale** per trasformare le visite in

vendite. Il carrello assolve infatti a **due funzioni**: accompagnare l'utente verso la finalizzazione dell'acquisto e portarlo ad acquistare altri prodotti, approfondendo la navigazione del sito.

Nella maggior parte dei casi, i siti di commercio elettronico esistenti non fanno questo e si limitano ad informare che nel carrello è stato aggiunto un prodotto e l'utente poi viene "abbandonato" a questo stadio, con il rischio di fargli abbandonare l'acquisto e/o di rivolgersi ad un sito concorrente.

PmiServizi, prendendo a spunto il **sito di Amazon** che ha un carrello praticamente perfetto, propone **consigli utili per progettare e creare un carrello e-commerce ben strutturato**, sicuramente in tale da contribuire a migliorare le vendite on line.

LINK all'articolo: [Progettare il carrello ideale per un e-commerce di successo](#)

E-commerce: tutto quello che c'è da sapere in uno spazio on line sul sito della CCIAA di Lucca

Sul **sito della Camera di Commercio di Lucca**, la sezione "**E-business**" (contenente informazioni dettagliate sulle attività condotte e sui servizi offerti dall'Ente in tale ambito), è stata recentemente ampliata con l'inserimento della sottosezione "**E-Commerce: quello che c'è da sapere**". In questo nuovo spazio on line sono contenute **notizie ed indicazioni su:**

- le diverse tipologie di commercio elettronico

- gli adempimenti per l'avvio dell'attività

- le informazioni generali ed i contenuti che un sito di e-commerce deve obbligatoriamente presentare

Utile per chi intende avviare *ex novo* un'attività di vendita on line, ma anche per chi già gestisce un sito di commercio elettronico e vuol verificare se questo è in regola, per quanto riguarda i contenuti, con le normative vigenti.

Il tutto alla **pagina web:** <http://www.lu.camcom.it/content.php?p=1.15.10>

PRIVACY

Allerta dai Garanti Privacy: al mondo esistono 6 milioni di apps. Rischio di 'appificazione' della società

Smartphone e computer sono 'invasi' da **6 milioni di apps**, con un aumento di **30mila nuove proposte ogni giorno**, e i **Garanti** del mondo fanno fronte comune contro il **rischio di "appificazione" della società**.

Riuniti recentemente a **Varsavia** per la **35ma Conferenza internazionale**, i rappresentanti delle autorità per la protezione dei dati e la privacy hanno approvato una **Dichiarazione** in cui mettono in guardia sul fatto che **le applicazioni** per dispositivi mobili, **"sono ormai onnipresenti"**.

Le troviamo negli **smartphone e nei tablet**, **sulle auto, in casa e fuori casa**: sono sempre più numerosi gli oggetti che dispongono di interfacce-utente connesse ad Internet.

"Le app facilitano e vivacizzano molte delle attività che svolgiamo giornalmente; allo stesso tempo, le app raccolgono anche una grande mole di informazioni personali. Tutto ciò - avvertono i Garanti - permette un monitoraggio digitale permanente, mentre gli utenti spesso non ne hanno consapevolezza né ne conoscono i fini ultimi".

Era stata la newsletter dell'Autorità garante per la protezione dei dati personali a dare notizia della conclusione del vertice internazionale dei Garanti.

"Spesso gli sviluppatori di app non conoscono le implicazioni associate alla loro attività in termini di privacy, né hanno familiarità con concetti quali protezione della privacy sin dalla progettazione ("privacy by design") e protezione della privacy di default ("privacy by default"). I sistemi operativi e le piattaforme app più diffusi permettono, in realtà, di configurare alcune impostazioni relative alla privacy, ma non consentono agli utenti - osservano i Garanti nella Dichiarazione di Varsavia - di avere il pieno controllo dei propri dati personali verificando quali dati siano raccolti e per quali finalità".

Meditiamo, gente, meditiamo...

Fonte: Adnkronos

SOCIAL NETWORKS

Come creare il post perfetto: un'infografica

PMI Servizi, in un articolo di commento ad un'accattivante **infografica** creata da [Mycleveragency.com](#) (accreditata agenzia inglese di servizi "social"), illustra **le regole da seguire per creare, sui social network, post "perfetti"**, ovvero in grado di far ottenere all'azienda **più visibilità e coinvolgimento /commenti degli utenti**.

L'infografica da cui prende spunto l'articolo, è stata creata da Mycleveragency sulla base di dati e ricerche effettuati sul comportamento degli utenti web riguardo determinate caratteristiche dei post che visualizzano sui social media.

Per accedere all'articolo clicca QUI.

Social commerce: come usare Facebook per vendere i tuoi prodotti e servizi

A chi ancora non è convinto delle **potenzialità** e dell' **utilità di Facebook** quale strumento per la promozione aziendale e quindi snobba il social media marketing considerandolo una pratica inutile o quasi, **PMI Servizi** dedica un **articolo dove si spiega come Facebook**, oltre a favorire il dialogo e l'interazione con il cliente e quindi una conoscenza diffusa e più convincente dei prodotti e servizi aziendali, **rappresenti un vero e proprio mezzo per vendere**.

Facebook, quindi, protagonista del **"social commerce"**, l'evoluzione "Web 2.0" del commercio elettronico.

L'articolo, in particolare, presenta e descrive alcuni interessanti **applicazioni e soluzioni** che possono essere utilizzate **per vendere prodotti e servizi tramite Facebook**. Assolutamente interessante.

Per leggere CLICCA su:

<http://news.pmiservizi.it/approfondimenti/internet-approfondimenti/facebook-commerce.html>

ULTIME DALL'UE

Alle Pmi europee voucher da 10mila euro per digitalizzarsi

La Commissione europea propone buoni-innovazione per incentivare le Pmi europee ad acquistare ed imparare ad usare i servizi digitali

La Commissione europea sta per pubblicare un progetto volto ad aiutare le Pmi delle regioni europee a svilupparsi tramite l'utilizzo delle tecnologie digitali.

Per garantire che i fondi destinati alle Pmi, volti a migliorare il loro e-commerce e le loro capacità Ict, siano spesi velocemente e integralmente, saranno resi disponibili dei buoni-innovazione fino a 10.000 euro di importo per acquistare e imparare ad usare i servizi digitali.

Questo sistema di buoni per l'innovazione Ict è attualmente in fase di sperimentazione nelle regioni spagnole di Murcia ed Estremadura.

Come sottolineato in una nota dal Vicepresidente della Commissione europea Neelie Kroes, "le piccole imprese che usano i servizi digitali registrano una crescita due volte più rapida, esportano il doppio e creano il doppio di nuovi impieghi. Tutte le regioni dovrebbero beneficiare di questo sistema, come per i casi spagnoli di Murcia ed Estremadura".

La formula dei buoni regionali consentirà alle piccole imprese di scambiare questi ultimi con servizi Ict specializzati, come lo sviluppo di siti web e l'apprendimento a vendere attraverso il commercio elettronico, o di adottare più sofisticati strumenti di Ict per i processi di business, come la gestione della supply chain e la gestione dei rapporti con i clienti.

La Commissione propone dunque alle regioni un progetto dettagliato per aiutarle ad attuare tale sistema con un laboratorio durante gli Open Days dell'Undicesima settimana europea per le regioni e le città.

Fonte: europarlamento24.eu

Con un'azione congiunta degli Stati Ue garantita una maggior tutela per i consumatori europei che scaricano giochi, e-book, video e musica

Grazie ad una azione congiunta degli Stati membri dell'Ue e della Commissione, 116 siti web si sono adeguati alla normativa europea relativa alla tutela dei consumatori. "La protezione dei diritti dei consumatori, anche nell'ambiente digitale in costante evoluzione, è per me una priorità", ha dichiarato Neven Mimica, Commissario europeo per la Politica dei consumatori.

Questa indagine su larga scala, iniziative chiamate in gergo "sweep", ha affrontato alcune delle questioni più importanti relative al download di contenuti digitali: giochi, e-book e musica.

Ha dichiarato Neven Mimica, Commissario europeo per la Politica dei consumatori: "Un anno fa oltre il 50 per cento dei siti web non rispettavano la normativa: una situazione inaccettabile. Questa cifra è scesa al 20 per cento e si prevedono ulteriori miglioramenti. Si tratta di un grande progresso, ma continuerò a impegnarmi perché la situazione migliori".

Lo sweep è uno screening a livello europeo dei siti web per individuare le violazioni della normativa a tutela dei consumatori e, di conseguenza, garantirne l'applicazione.

La Digital content sweep – Indagine su larga scala dei contenuti digitali, ha avuto luogo nell'estate del 2012 ed è il sesto sweep dal 2007.

Le autorità nazionali hanno controllato, in totale, 330 siti web, che corrispondono a un'ampia quota del mercato. Dopo indagini approfondite le autorità nazionali hanno riscontrato che 172 siti web non erano conformi alla normativa dell'Unione a tutela dei consumatori. Le società interessate sono state contattate con la richiesta di mettere i siti in regola.

Finora sono stati resi conformi alla normativa 116 siti web; 49 sono soggetti a ulteriori procedimenti; in 5 casi le infrazioni, di modesta entità, non sono state perseguite dagli Stati membri, e 2 siti non esistono più. A seguito dell'intervento delle autorità incaricate dell'applicazione della legge negli Stati membri, l'80 % dei 330 siti web sono ora in linea con la normativa UE a tutela dei consumatori.

I siti web sono stati controllati per determinare se le informazioni sulle caratteristiche principali dei prodotti fossero facilmente accessibili e leggibili, se i siti forniscono indirizzi di posta elettronica per domande o reclami e se le condizioni proposte dai siti web fossero eque.

I principali problemi riscontrati sono stati:

- clausole contrattuali abusive che escludono il diritto dei consumatori di adire le vie legali o negano ai consumatori il diritto all'indennizzo in caso di prodotti non funzionanti;
- informazioni poco chiare sul diritto di recesso: a causa della natura del download digitale, gli operatori sono tenuti

a informare i consumatori prima dell'acquisto che non sarà possibile annullare il download una volta avviato — cosa che non avviene nel 42% dei siti web controllati;

-**la mancanza delle informazioni obbligatorie sull'identità del commerciante**, in particolare del suo indirizzo e-mail, che priva i consumatori di un efficace canale di contatto.

Persaperne di più leggi il Comunicato stampa della Commissione europea: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-937_it.htm

WEB MARKETING

Il marketing mobile per le imprese BtoB: consigli e tecniche

Appropriate strategie di “**mobile marketing**” possono essere **molto utili** per le imprese che cercano di vendere i propri prodotti e servizi ad altre imprese (BtoB).

Se però è vero che è facile trovare, anche sul web, consigli sul mobile marketing per le società BtoC, ovvero quelle che vendono al consumatore finale, **la cosa non è poi così facile per il BtoB.**

Provvede, in questo senso, **PMIServizi** che, in uno specifico articolo, propone una serie di **consigli e tecniche “mobile” utilizzabili per il BtoB**, provenienti da un textprout che ha creato un blog *ad hoc*.

Link: [Consigli utili per le campagne di mobile marketing per il B2B.](#)

La Newsletter: uno strumento di marketing apprezzato ed efficace. A patto che.....

La newsletter può davvero aiutare a spingere le vendite di un'azienda, ma deve essere costruita tenendo in considerazione alcuni elementi chiave

La ricerca “**Email Marketing Report**” dello European Digital Behaviour Study 2013, nel prendere in esame le abitudini di utilizzo di Internet tra gli utenti regolari, tra i 16 e i 65 anni, di Italia, Gran Bretagna, Germania, Francia e Spagna, ha rilevato **la valenza strategica delle newsletter** che di fatto risulta essere uno **strumento molto apprezzato** (in media gli utenti Internet italiani sono iscritti a 6 newsletter, i tedeschi a 7 e i francesi a 8) **ed efficace** (praticamente tutti gli iscritti alle newsletter dichiarano che dopo averne ricevuta una, prima o poi va far visita in un negozio per fare shopping).

Per quanto riguarda in particolare **il nostro Paese**, il 70% degli utenti internet dichiara che la newsletter è lo strumento principale per comunicare in maniera chiara e veloce.

E' su queste basi che la redazione di **SpazioImpresa** – portale di cultura manageriale ed imprenditoriale - ha ritenuto interessante fornire le “**dritte**” **per la redazione di una newsletter**, prendendo in esame i cosiddetti “**elementi chiave**” ovvero:

il database (le liste dei destinatari)
i contenuti

la tempistica (esistono giorni e orari più “giusti” per l'invio)

l'ottimizzazione per i dispositivi mobile (la loro massiccia diffusione lo rende indispensabile).

Per ognuno di questi elementi vengono forniti i **giusti consigli** permettere a punto una newsletter davvero in grado di aiutare a spingere le vendite.

L'**articolo**, dove sono peraltro riportate in maggior dettaglio i contenuti dello studio “*Email marketing Report*”, è disponibile alla **pagina web**: http://www.spazioimpresa.biz/marketing_comunicazione/1030-newsletter-per-spingere-le-vendite.php.

Fonte: SpazioImpresa

PUBBLICAZIONI ON LINE

Smart City: on line una guida per la realizzazione di progetti ed il reperimento di fonti di finanziamento

La **Cassa Depositi e Prestiti**, ha recentemente pubblicato un interessantissimo **Report monografico** sul tema della **Smart City** che si pone l'obiettivo di individuare una via sostenibile per le **Smart City**, sia dal punto di vista della progettualità, sia in relazione al **reperimento delle fonti di finanziamento** - nazionali e comunitarie - necessarie per gli interventi.

Il Report è scaricabile direttamente dal sito: <http://www.cassaddpp.it/studi/report-monografici/smart-city.html>.

INIZIATIVE ISTITUZIONALI

Progetto "Digitali per crescere". Unioncamere e Microsoft insieme pe la digitalizzazione delle imprese italiane

Unioncamere, e **Microsoft Italia** hanno siglato un protocollo d'intesa con con cui si dà il via a un **nuovo progetto per la digitalizzazione del Paese: “Digitali per crescere”.**

Grazie alla collaborazione di molteplici attori del settore pubblico e privato, **l'iniziativa intende supportare le PMI italiane attraverso un intenso programma di formazione dedicato alle nuove tecnologie.**

Con l'obiettivo di raggiungere capillarmente le realtà attive sul territorio italiano, verrà infatti organizzato un ciclo itinerante di eventi dedicati a PMI e professionisti IT nelle principali città della Penisola al fine di favorire l'adozione tecnologica per la crescita e lo sviluppo del tessuto economico e produttivo italiano.

Torino, Napoli, Roma, Bari, Padova, Bologna e Milano saranno teatro di incontri e attività di formazione nei prossimi mesi, ma l'iniziativa proseguirà **con nuove tappe nel 2014** per offrire a **tutte le aziende del Paese la possibilità di toccare con mano le opportunità offerte dalle nuove tecnologie** e di muovere i primi passi verso un cammino d'innovazione.

In particolare, in sinergia con il proprio ecosistema di Partner, **Microsoft incontrerà imprenditori, manager e professionisti del territorio per approfondire le potenzialità dei dispositivi di nuova generazione e dei servizi di Cloud Computing.**

Queste ultime innovazioni tecnologiche consentono di dotarsi di soluzioni semplici in tempi brevi e a costi accessibili, supportando una crescita flessibile anche in una prospettiva d'internazionalizzazione e consentendo alle PMI di superare il tradizionale gap tecnologico rispetto alle aziende più grandi, e creando competitività a vantaggio di tutto il Paese.

In tale contesto, il 4 ottobre Microsoft ha lanciato una **nuova piattaforma digitale - digitalipercrescere.it** - che rappresenterà un **punto di riferimento per le realtà che desiderano cogliere tutte le opportunità offerte dal digitale in maniera semplice e rapida.**

Per accompagnare le PMI in questo processo di innovazione verrà **reso disponibile attraverso il portale uno strumento di check-up della propria impresa**, per verificarne il livello di digitalizzazione e trovare soluzioni specifiche, prendere contatto con i professionisti IT del territorio e registrarsi alle sessioni di formazione offerte da Microsoft e dai suoi Partner nelle varie città italiane.

Oltre a essere un primo punto di contatto, **il portale si propone anche quale canale di approfondimento in cui ritrovare casi di successo di aziende che grazie al digitale hanno ottimizzato i propri risultati di business.** Nelle prossime settimane verranno presentati gli aspetti salienti dell'iniziativa, nonché gli attori pubblici e privati che ne faranno parte.

L'iniziativa è stata così descritta dal **Presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanello:**

"L'accordo si pone l'obiettivo di contribuire alla riduzione del gap digitale tra le diverse aree del Paese e tra le diverse tipologie d'impresa, diffondendo la cultura dell'innovazione digitale e la crescita della consapevolezza dei vantaggi in termini commerciali derivanti da un maggior utilizzo dei servizi digitali avanzati"

*"Le nostre Pmi, infatti, hanno accumulato un forte ritardo rispetto agli altri partner europei. **Basti pensare che l'Istat ha evidenziato che nel 2012 soltanto il 6,2% delle imprese sopra i 10 addetti ha venduto on-line, l'uso dell'e-banking ha riguardato solo il 29%, mentre si ferma al 32% la quota di imprese che hanno compiuto completamente on-line alcune procedure amministrative.** Queste percentuali sono destinate a contrarsi se si prende in considerazione le piccole e micro che costituiscono il 95% del nostro tessuto produttivo. Gli ampi margini di crescita nell'utilizzo dei servizi digitali spinge quindi con particolare intensità sulla necessità di offrire un contributo specifico sul tema dell'alfabetizzazione digitale"*

Da parte sua **Carlo Purassanta, Amministratore Delegato di Microsoft Italia**, ha dichiarato:

"Gli studi internazionali dimostrano che investimenti in innovazione e competitività sono strettamente correlati, pertanto è fondamentale promuovere la diffusione delle tecnologie digitali in Italia per contribuire al rilancio del Paese. Con questo nuovo progetto, in collaborazione con un partner di prim'ordine come Unioncamere, ci proponiamo proprio di fare sistema con molteplici attori pubblici e privati per supportare la digitalizzazione di tutte quelle PMI che rappresentano il motore del tessuto economico italiano"

*"Secondo una recente ricerca Microsoft-Ipsos Mori, **le piccole aziende che utilizzano il Cloud Computing sono le più propense a investire in innovazione per far fronte al difficile momento socio-economico: il 47% ritiene che l'IT giochi un ruolo chiave per il successo dell'organizzazione e il 70% concorda sul valore delle proprie soluzioni per lavorare in modo efficiente. In generale l'atteggiamento delle PMI italiane è sempre più positivo rispetto al Cloud Computing, ma occorre guidarle verso l'adozione di queste nuove tecnologie, perché spesso la mancanza d'informazione rappresenta ancora un grosso ostacolo***

Con 'Digitali per crescere' intendiamo quindi continuare a investire in formazione per aiutare le realtà locali a muovere i primi passi verso il Cloud Computing e i dispositivi di nuova generazione e a recuperare competitività a vantaggio di tutto il Paese"

STUDI, RAPPORTI, ANALISI

Rapporto Censis sulla comunicazione: in Rete il 63,5% degli italiani; 90,4% giovani

E' Internet il mezzo di comunicazione piu' indispensabile e l'accesso ai social network e' inarrestabile. Nonostante il numero di utenti, dopo il rapido incremento registrato negli ultimi anni, si sia assestato al 63,5% della popolazione (+1,4% rispetto a un anno fa), la **percentuale sale** nettamente nel caso dei **giovani (90,4%)**, delle **persone piu' istruite**, diplomate o laureate (84,3%), e **dei residenti nelle grandi citta'**, con piu' di 500mila abitanti (83,5%).

E' quanto emerge dall' **11esimo Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione.**

L'espansione dei social network inoltre non si arresta. E' iscritto a **Facebook il 69,8%** delle persone che hanno accesso a Internet (erano il 63,5% lo scorso anno), che corrispondono al 44,3% dell'intera popolazione e al 75,6% dei giovani. **YouTube** arriva al 61% di utilizzatori (pari al 38,7% della popolazione complessiva e al 68,2% dei giovani). E il 15,2% degli internauti (pari al 9,6% degli italiani) usa **Twitter.**

La connessione a Internet piu' diffusa e' l'Adsl, utilizzata dal 62,9% degli internauti. Il Wifi cresce notevolmente (40,9%, tra i giovani il 46,7%) e la connessione mobile ha ormai raggiunto una quota significativa (23,5%).

Dai dati del rapporto emerge che **la funzione del web maggiormente utilizzata** nella vita quotidiana e' **la ricerca di informazioni su aziende, prodotti, servizi** (lo fa il 43,2% degli italiani), oppure di **strade e localita'** (42,7%). Segue l' **ascolto della musica online** (34,5%). Anche l' **home banking** ha preso piede nel nostro Paese: lo svolgimento di operazioni bancarie tramite il web e' tra le attivita' svolte piu' frequentemente (30,8%).

Fare acquisti (24,4%), **telefonare tramite internet** via Skype o altri servizi voip (20,6%), **guardare un film** (20,2%),

cercare lavoro (15,3%, ma la percentuale si impenna al 46,4% tra i disoccupati), **prenotare un viaggio** (15,1%) sono **altre attività diffuse tra gli utenti di internet**.

Sbrigare pratiche con uffici amministrativi (14,4%) o **prenotare una visita medica** (9,7%) sono **modalità ancora poco praticate** dagli internauti, però in netta crescita rispetto agli anni passati.

Rapporto Eurostat sugli acquisti on line in Europa: quasi il 60 % degli utenti di internet nell'UE li effettua, ma l'Italia è agli ultimi posti

Con l'accesso alla rete sempre più diffuso, oggi i **cittadini europei utilizzano Internet per una vasta gamma di attività**, ad esempio per **ordinare merci e servizi online**.

Tra gli Stati membri con le quote più elevate di acquirenti online **spicca il Regno Unito** (82 % degli utenti di internet compie acquisti online), seguito da Danimarca e Svezia (entrambe 79 %), dalla Germania (77 %), dal Lussemburgo (73 %) e dalla Finlandia (72 %). Per contro la più bassa quota di utenti che comprano online si riscontra in Romania (11 %), Bulgaria (17 %), Estonia e Italia (entrambe 29%).

Nell'UE a 28 (inclusa quindi la Croazia), secondo l'indagine pubblicata dall'ufficio statistico dell'Unione europea **Eurostat** in occasione della **settimana dedicata allo "Shopping online"** (14 - 20 ottobre 2013) nel contesto dell'Anno europeo dei cittadini 2013, **gli acquisti online più diffusi** tra gli utenti di internet sono stati **capri di abbigliamento e articoli sportivi** nonché **prenotazioni di viaggi e vacanze online**.

Per entrambi i settori un terzo degli utenti Internet ha infatti acquistato online negli ultimi 12 mesi (il 32 % nel 2012 rispetto al 21 % nel 2008). Quasi un quarto degli utenti Internet nell'UE 28 ha riferito di avere acquistato su internet libri, riviste o materiale di e-learning (il 23 % nel 2012 rispetto al 19 % nel 2008), mentre meno di un utente di Internet su dieci ha ordinato cibo e generi alimentari online (il 9 % nel 2012 rispetto al 6 % nel 2008).

Sempre secondo l'indagine, **gli Italiani ricorrono invece ancora poco agli acquisti online**, anche se la **tendenza è in lenta crescita**: dal 2008 al 2012 infatti la percentuale di acquisti online è aumentata per l'abbigliamento (dal 6 all'8 %), i viaggi e gli alloggi (dal 9 al 14 %), i libri e il materiale formativo (dal 7 all'8 %) e per i prodotti alimentari (dall'1 al 2 %).

Nel 2012 il **Regno Unito** (51 %) e la **Germania** (49 %) sono stati gli Stati membri con la **più alta percentuale di utenti internet che hanno acquistato vestiti e articoli sportivi online**. La Svezia ha avuto invece la più alta percentuale di utenti che hanno prenotato viaggi e vacanze online (60 %), seguita dalla Danimarca (56 %). Per l'acquisto online di libri, riviste o materiale di e-learning primeggiano Lussemburgo (47 %) e Germania (41 %), mentre il Regno Unito è stato il primo Stato membro per acquisto di prodotti alimentari online (21 %, a fronte del 10% o meno nella maggior parte degli altri Stati membri).

Fonti: Comunicato stampa della Commissione europea e Rappresentanza della CE in Italia

Solo tre imprese italiane su 10 vendono on line, ma chi lo fa vince la crisi

Solo tre pmi italiane su dieci vendono tramite **ecommerce**, ma quelle che lo fanno stanno sconfiggendo la crisi, soprattutto grazie all'**export internazionale**. E' la scoperta di una ricerca Google-Doxa, su 5 mila pmi italiane, presentata recentemente all'evento annuale di **Between** su telecomunicazioni e agenda digitale.

Sempre in questi giorni sono usciti i dati della ricerca Eurostat 2013 secondo la quale solo un italiano su dieci ha comprato online (vedi articolo precedente) ed **Ecommerce ed eGovernment** sono i principali fronti di ritardo dell'Italia con il resto d'Europa per quanto riguarda l'utilizzo da parte dei cittadini (mentre siamo pari per social network e solo un po' sotto per consumi di musica digitale).

Secondo la ricerca Google-Doxa, "le imprese italiane che hanno commercializzato i propri prodotti online oltre confine sono riuscite a compensare meglio la crisi o addirittura hanno ottenuto un incremento nel proprio fatturato.

Al crescere del livello di maturità digitale, aumenta la percentuale di Pmi che intrattengono rapporti internazionali di vario tipo e la percentuale di imprese che fanno export, con risultati molto promettenti per le imprese di minori dimensioni".

Chi usa i canali **digitali è più forte con le vendite all'estero**. "La percentuale di piccole imprese che intrattengono relazioni con l'estero - grazie all'uso maturo di strumenti digitali - è quattro volte superiore alla percentuale di aziende non digitalizzate".

Maturità digitale ed export hanno un impatto diretto anche sul fatturato: le imprese digitalmente avanzate dichiarano in media che il 24% del fatturato derivante dall'export è realizzato proprio attraverso il canale digitale.

Ci sono grosse opportunità nel made in Italy, nota Google.

Nel primo semestre 2013, le ricerche su Google relative al Made in Italy sono cresciute dell'8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Stati Uniti ed Europa continuano ad essere le aree geografiche con i volumi assoluti maggiori, seguiti da Giappone, Russia e India, che fanno registrare la crescita maggiore. La moda è la categoria più cercata, seguita dal settore automotive: i tassi più alti di crescita li registra però il Turismo, che sta tornando a crescere dopo il rallentamento dello scorso anno; positivamente stabile la crescita dell'alimentare.

"Con la percentuale europea più alta di utenti che non hanno mai usato internet, il 37%, e quella più bassa di acquirenti online, solo l'11%, l'Italia vanta un **gap digitale che sta rallentando la diffusione dell'eCommerce**", ha commentato **Roberto Liscia**, presidente di NetComm, Consorzio del commercio elettronico italiano.

"La soluzione del gap, tuttavia, non passa solo da un intervento infrastrutturale sulla banda larga ma, anzitutto, da un'educazione al digitale che riduca la sfiducia nel mezzo generata da una sua limitata conoscenza".

Fonte: NOVA24Tech

SITI, PORTALI, SOLUZIONI INTERNET PER LE IMPRESE

L'Agenzia delle Entrate pubblica "Nautica & fisco": la guida on line per navigare nella legalità

Una bussola per non perdere mai la rotta nel mare delle regole e degli adempimenti amministrativi e fiscali che diportisti e operatori del settore devono rispettare

Sul sito dell'**Agenzia delle Entrate** è pubblicata la IV edizione di "**Nautica & fisco**", la **guida** nata dalla collaborazione di Entrate

e Confindustria nautica (Ucina) con l'intento di fornire, attraverso un linguaggio chiaro e semplice, regole certe per tutti gli operatori del mare. L'edizione, immutata nella forma, è profondamente innovata nei contenuti.

Tra gli aggiornamenti, il **nuovo redditometro** con il quale è stata finalmente superata la vecchia impostazione che, nel considerare solo pochi beni come indicatori di ricchezza e, tra questi appunto, i natanti, in un certo senso penalizzava sia gli amanti del mare sia le imprese la cui attività gravita nel settore nautico. Con il redditometro attuale, tutte le spese sono uguali e, pertanto, vengono considerate allo stesso modo.

Da segnalare c'è, poi, la **tassa di possesso sulle imbarcazioni**, recentemente rivista al ribasso dal "decreto Fare", per il rilancio dell'industria e del turismo nautico. E anche le novità, arrivate con lo stesso intervento normativo, sulla tassazione di favore concessa al proprietario del natante in caso di "noleggio occasionale".

E che dire delle rilevanti modifiche apportate dal legislatore alla **territorialità Iva**?

In "nautica & fisco", IV edizione, c'è **tutto quello che può servire sia agli esperti sia a chi, per la prima volta, si affaccia al settore.**

Fonte: fiscooggi.it

The Mobile Playbook: la guida di Google su come avere successo con il mobile

Google ha raccolto nella guida, indicazioni su come avere successo sfruttando il canale del mobile.

Google ha rilasciato la nuova versione di **The Mobile Playbook**, la **guida interattiva** dedicata alle **migliori pratiche legate all'utilizzo dei dispositivi mobile**.

Come ricorda Google, negli ultimi due anni la penetrazione di smartphone e tablet ha mostrato una crescita rapida e costante. Se si pensa che, solo negli Stati Uniti, la percentuale di utenti che utilizzano dispositivi mobile è passata dal 31% al 56%, viene da sé che risulta fondamentale per le aziende costruire un'adeguata strategia di marketing legata al mobile, con l'obiettivo di raggiungere più utenti possibile.

La guida si basa su **cinque domande** a cui ciascuna azienda dovrebbe riuscire a dare una risposta:

1. in che modo il mobile modifica la tua idea di valore?
2. qual è l'impatto del mobile sul tuo obiettivo digitale?
3. la tua organizzazione sta adottando il mobile?
4. in che modo la tua strategia di marketing dovrebbe adattarsi al mobile?
5. come puoi collegarti a un'utenza multi-schermo?

In base a quanto è emerso dalla realizzazione della guida, ad oggi è da considerarsi **prioritario costruire un sito web per il mobile**.

Le aziende dovrebbero essere in grado di fare un passo avanti per riuscire a **sfruttare le potenzialità delle applicazioni mobile** e approfondire la relazione che i clienti hanno con loro, in modo da incrementare le vendite e la fidelizzazione.

Link: The Mobile Playbook

FONTE: PmiServizi.it

I SITI PER TUTTI

La PEC delle imprese e dei professionisti: on-line il portale telematico per la ricerca

E' on-line il sito attraverso cui è possibile **reperire tutti gli indirizzi di imprese e professionisti**, obbligati per legge a fornire alla Camera di commercio l'indirizzo della propria casella di **posta elettronica certificata (PEC)**:

<http://www.inippec.gov.it/cerca-pec>

Ad oggi sono disponibili **oltre 930.000 indirizzi PEC** di professionisti relativi a quasi 1.470 ordini e collegi professionali, e **circa 3.400.000 indirizzi PEC di imprese** (società e imprese individuali).

L'accesso al Portale è consentito alle **Pubbliche Amministrazioni**, ai **professionisti**, alle **imprese** e a **tutti i cittadini** senza necessità di autenticazione.

Per ottenere l'indirizzo PEC di un **professionista** è sufficiente compilare i campi inserendo il cognome e la categoria di appartenenza o, in alternativa, il codice fiscale. Nella ricerca PEC **imprese** è possibile indicare la denominazione e la provincia della sede legale dell'impresa. E' anche possibile, se si conosce un indirizzo PEC, risalire a chi appartiene avvalendosi della funzione "Cerca PEC".

