

Benvenuti in **Newsmail!**

Newsmail n°09/2011

EVENTI

4-6 ottobre 2011 – CCIAA Pisa – “Le nuove frontiere della comunicazione digitale: percorso di formazione”.

La Camera di commercio di Pisa, nel quadro delle proprie iniziative istituzionali per promuovere lo sviluppo delle imprese e del territorio, in collaborazione con il Laboratorio di Cultura Digitale dell'Università di Pisa offre a tutte le imprese del territorio un corso sul funzionamento di alcuni strumenti comunicativi del Web e del mondo della telefonia mobile. Il percorso formativo, rivolto a tutte le imprese del territorio, si articola in 3 pomeriggi, fruibili anche singolarmente. A conclusione del percorso formativo, sono previsti degli approfondimenti in modalità workshop, cui potranno partecipare solo coloro che hanno seguito l'intero percorso formativo introduttivo. Ogni workshop sarà monotematico, con approfondimento degli aspetti teorici ed esercitazioni pratiche.

La partecipazione è gratuita, previa [iscrizione](#).

BANDI

CCIAA Pesaro-Urbino: contributi per i progetti di E-Commerce.

E' stato adottato, con delibera n.12/G.C. del 31/01/2011, il bando di contributi a sostegno di programmi di investimento mediante abbattimento degli interessi sui finanziamenti accesi dalle imprese della provincia di Pesaro e Urbino con l'intervento degli organismi di garanzia collettiva fidi.

Possono accedere al finanziamento le imprese iscritte al Registro Imprese della CCIAA di Pesaro e Urbino che intendono realizzare, nel periodo compreso fra il 1° Gennaio 2011 e il 31 Dicembre 2012, un programma di investimento per la realizzazione e gestione di siti E-Commerce. Sono escluse dal bando tutte le imprese la cui attività, anche se esercitata in via non prevalente, rientri in uno dei settori che non beneficiano del regime “de minimis”.

In particolare, risultano ammesse, fino ad un importo massimo di 50.000 euro, le spese sostenute in data successiva all'erogazione del finanziamento relative a realizzazione e gestione di siti internet riferiti all'impresa (erogazione di servizi alla propria clientela attraverso il web, attivazione di procedure di commercio elettronico), hardware e software specifici per l'esercizio dell'attività aziendale, marchi, brevetti e fee d'ingresso per franchising, realizzazione di listini e cataloghi.

Le domande possono essere presentate fino al 31 dicembre 2011

Ulteriori informazioni: c/o l'Ufficio AA.GG. - area Segreteria Generale (0721/357230-233).

Per consultare il bando: [CCIAA Pesato Urbino](#)

Programma specifico “Prevenzione e lotta contro la criminalità”: bando mirato “Uso illegale di Internet”.

Obiettivo del programma è il contrasto dell'uso illegale di Internet. Le attività previste dal bando includono, tra le altre misure, il sostegno alla cooperazione tra gli esperti e le autorità preposte all'applicazione delle leggi sulla lotta alle frodi e al commercio illegale su Internet; il supporto ad azioni contro i contenuti illegali che possono incitare i minori a comportamenti violenti; il sostegno alla cooperazione per lo sviluppo e lo scambio di efficienti metodi di monitoraggio di Internet, al fine di prevenire terrorismo e contenuti razzisti e xenofobi.

Per consultare il bando: <http://www.europportunita.it>

NOTIZIE

La Ue cerca la strada per far crescere l'E-Commerce

Uno studio realizzato per il Parlamento europeo dalla London School of Economics -'Il comportamento dei consumatori nell'ambiente digitale' - fa il punto della situazione a livello continentale. L'E-Commerce va bene, ma potrebbe fare meglio, soprattutto nei paesi del Sud Europa. Il rapporto evidenzia come alcuni difetti del mercato italiano, rilevati dai rapporti del Politecnico di Milano, siano riscontrabili anche a livello europeo.

Secondo l'indagine, circa il 40% dei consumatori europei ha acquistato beni e servizi sul Web fra la metà del 2009 e metà del 2010, contro il 20% di cinque anni fa.

Nonostante la crescita permangono, inoltre, forti disparità fra i paesi del Vecchio continente che, invece di restringersi, si accentuano.

Oltre a un problema di domanda esiste una questione legata all'offerta. Circa il 14% delle imprese europee vende beni e servizi online, una percentuale che non si discosta molto da quella di cinque anni.

Vestiti e beni e servizi legati ai viaggi sono i prodotti più acquistati in rete, a sorpresa informatica e *consumer electronics* sono nel fondo della classifica, con la maggior parte delle vendite online che sono realizzate sul mercato domestico. Questo il sintetico quadro della situazione che, secondo i responsabili dell'indagine, ha bisogno di una serie di misure per accelerare la crescita, tra cui l'armonizzazione delle leggi nazionali. Diritti dei consumatori, tassazione, pubblicità, garanzia dei prodotti e informazioni sulle etichette sono le materie indicate da *London Economics*. Inoltre, è necessario adottare norme che limitino la possibilità per le aziende di rifiutare gli ordini transfrontalieri. Infine, lo studio suggerisce di sostenere le iniziative che puntino a migliorare i servizi postali nazionali spesso fonte di inefficienza per il mondo del commercio elettronico.

Fonte: [Parlamento europeo](#)

E-Commerce in Italia: ecco come acquistano gli italiani

Gli italiani sono sempre più propensi a fare acquisti online. Si registra, infatti, per il commercio elettronico un trend positivo. A mostrare questi risultati è l'indagine "[E-Commerce Consumer Behaviour Report 2011](#)", realizzata da ContactLab e NetComm. Lo studio, recentemente pubblicato, è stato realizzato nei primi mesi del 2011 su un campione di 62mila italiani, tra navigatori e acquirenti.

Rispetto al 2010, la quota di persone che ha dichiarato di aver fatto acquisti online è aumentata del 3%. Il 23% di coloro che hanno fatto più di 20 acquisti online attraverso un sito di e-Commerce pratica questa attività da meno di un anno. Per la maggior parte del campione (87%), gli acquisti vengono fatti da casa e in momenti diversi della giornata. Non pochi (26%) anche coloro che acquistano dall'ufficio e in tarda sera.

Tra i fattori che trainano l'e-Commerce ci sono praticità e comodità, disponibilità a tutte le ore, risparmio di tempo e vantaggio economico. Nello scegliere il sito da cui fare l'acquisto, gli italiani guardano alla notorietà, all'usabilità e alla ricchezza di informazioni su ciascun prodotto. Le spese maggiori, invece, vengono destinate a viaggi e prodotti alimentari. Interessante, infine, il dato relativo all'età: il 18% del campione che ha dichiarato di aver acquistato un prodotto in rete ha un'età compresa tra i 50 e i 59 anni, mentre il 9% tra i 60 e i 69. La porzione maggiore si registra nella popolazione tra i 30 e i 49 anni (con un 28%). Quello che cambia tra una generazione e l'altra è solo la percezione sulla sicurezza. I più giovani considera internet un posto sicuro dove rilasciare i propri dati, mentre con l'avanzare dell'età la sicurezza e la poca fiducia nel mezzo si trasforma in un ostacolo all'acquisto.

Fonte: [pmiservizi.it](#)

L'agorà digitale per l'innovazione

L'obiettivo di [Innovatori Jam](#), evento sociale gestito online ed organizzato da Aginnovazione – Agenzia per la Diffusione delle Tecnologie e dell'Innovazione - era ambizioso: convogliare all'interno di una grande agorà digitale le energie di migliaia di persone, per definire insieme temi e soluzioni dell'agenda dell'innovazione in Italia. L'evento, tenutosi in rete lo scorso 13 settembre, ha coinvolto oltre 2.000 partecipanti – tra cui docenti, imprenditori e amministratori di ogni provenienza – che hanno discusso in modo aperto sui vari aspetti dell'innovazione, dall'E-Commerce al Codice dell'Amministrazione Digitale (Cad) alle *smart cities*, lungo dieci assi tematici.

Tra gli argomenti più dibattuti quello degli Open Data, da più parti additato come un impulso per la crescita e lo snellimento delle procedure amministrative. Ma una forte attenzione si è concentrata anche sul Forum sull'E-Commerce e l'e-tourism. I partecipanti non hanno mancato di evidenziare anche questioni aperte: la discussione in assoluto più accesa ha riguardato le problematiche incontrate dalle aziende per il nuovo Cad, mentre molti commenti si sono soffermati sulla mancanza di coordinamento sistemico tra i diversi progetti di innovazione.

Il risultato quantitativo è rilevante: 570 discussioni e oltre 3.000 commenti. Ma più significativa ancora è la buona riuscita del format. E adesso, esaurita la parte live, l'enorme massa di dati raccolti sarà elaborata per essere messa a disposizione dei cittadini. E dei decisori.

Fonte: [Aginnovazione](#)

E-Commerce per le scarpe made in Italy

A partire dal 16 Settembre 2011 ANCI, Associazione Nazionale Calzaturifici Italiani, mette a disposizione dei consumatori il sito www.iloveitalianshoes.eu, piattaforma E-Commerce attraverso la quale è possibile acquistare le calzature made-in-Italy.

L'obiettivo del Gruppo Giovani dell'Associazione, è di contribuire allo sviluppo di questo canale di vendita ad alto potenziale favorendo allo stesso tempo l'accesso sul mercato online al maggior numero possibile di imprese calzaturiere italiane. Si tratta di un ulteriore tassello della strategia di ANCI verso il mondo digitale e l'universo del web, considerati ormai fondamentali mezzi di comunicazione e di promozione dell'immagine legata all'eccellenza calzaturiera italiana.

Nel corso del 2010 e del primo semestre dell'anno corrente, l'E-Commerce ha rappresentato il canale commerciale con la massima percentuale di crescita in Italia e in generale in tutta Europa, negli Stati Uniti e in Cina. Anche la moda e in particolare le calzature hanno registrato una quota crescente di vendite via web. Di fatto, solo in Europa si contano ogni mese circa 200.000 ricerche su motori di ricerca online con le parole chiave "Italian shoes".

Fonte: moditaliamagazine.com

Così l'Italia spreca il tesoro di Internet

Il saldo fra posti di lavoro creati e perduti grazie a Internet è sempre positivo: il dato varia molto a seconda di quanto ciascun Paese abbia effettivamente investito nella rete. Questo è ciò che emerge da un [report](#) che la società di consulenza McKinsey ha preparato in occasione del G8 dello scorso maggio, quando il presidente francese Sarkozy volle un prologo (l'e-G8) per analizzare l'impatto della rete sulla politica e sulla economia. Quel report metteva a confronto tredici paesi: quelli del G8 più Cina, Brasile, Corea del Sud, India e Svezia. In questa compagnia l'Italia non ci faceva una bella figura, visto che era in fondo a tutte le classifiche. Per capire le ragioni di questo crollo è stato commissionato un focus proprio sull'Italia: dallo studio sugli ultimi quindici anni emerge che Internet ha creato 700 mila posti di lavoro, ne ha distrutto 380 mila, con un saldo netto positivo di 320 mila posti.

In Italia, a differenza di altri paesi, Internet rischia di avanzare a passo d'uomo. In Francia, ad esempio, il risultato occupazionale è questo: un milione e 200 mila posti di lavoro creati in quindici anni, 500 mila perduti, saldo positivo 700 mila. In pratica, da noi ogni due posti perduti se ne creano tre, in Francia cinque. I motivi di questa differenza sono tanti: il più evidente è la scarsa diffusione della banda larga e quella, pressoché inesistente, della banda ultralarga. Non è però solo una questione di fibra (ottica). C'è una questione di cultura. Di incapacità di capire il potenziale di innovazione portato dalla rete non solo per le aziende che offrono servizi Web, ma soprattutto per le altre. Un ruolo più importante sembrano giocarlo le piccole e medie imprese, che grazie alla rete possono fare economie di scala, aprirsi a nuovi mercati e recuperare competitività: fra 4800 casi analizzati in occasione del G8, "le aziende con una forte presenza Web sono cresciute molto di più, fino al doppio di quelle che invece non usano la rete. Le prime hanno anche un valore doppio di esportazioni e di posti di lavoro creati". Qui cade l'Italia: i 700 mila posti di lavoro creati da Internet in 15 anni riguardano soprattutto le grandi aziende, le altre hanno invece un saldo zero: uno si crea e uno si distrugge.

Fonte: Repubblica

AVVERTENZA

Decreto Legislativo n. 196/2003 - Codice di Protezione dei Dati Personali.

Gli indirizzi e-mail presenti nel nostro archivio provengono da richieste di iscrizioni pervenute direttamente al nostro sito www.certicommerce.net. L'utente può esercitare i diritti di cui all'art. 7 del D.Lgs 196/03 - accesso, correzione, cancellazione, opposizione al trattamento ecc.- rivolgendosi a

Certicommerce

via Boncompagni,16 - 00187 Roma.

e-mail: certicommerce@certicommerce.net

tel. 06.47822420 fax 06 47822439

Per cancellarvi dal servizio, inviate una e-mail, con la dicitura nel *subject*: "cancellazione da newsmail" all'indirizzo: diteloanewsmail@certicommerce.net