

**Numero 4 - 13 marzo 2006****TECNOLOGIA: OLTRE 600 MILIONI DI EURO INVESTITI IN RICERCA E SVILUPPO**

Sono 36 i poli ad alta tecnologia che si svilupperanno in Italia grazie al connubio tra grandi, piccole e medie imprese, centri di ricerca - sia pubblici che privati - e università impegnati nell'innovazione tecnologica finalizzata alla realizzazione di nuovi prodotti. La risposta al decreto del 29 luglio scorso dei ministri Claudio Scajola e Lucio Stanca da parte del mondo imprenditoriale è stata infatti superiore alle aspettative. L'intervento, con risorse inizialmente pari a 360 milioni di euro, è volto a finanziare proposte mirate alla costituzione di poli tecnologici altamente avanzati, finalizzati al rilancio della competitività del Sistema Paese attraverso l'aggregazione di soggetti imprenditoriali, della ricerca ed atenei, impegnati nella realizzazione di nuovi prodotti high-tech. A fronte di 72 domande per 1,2 miliardi di euro di investimenti, sono stati approvati dal Comitato Tecnico della legge 46/82, sulla base delle proposte formulate dall'apposita commissione interministeriale, 36 progetti, che hanno portato gli investimenti previsti a 616,3 milioni di euro, in sviluppo pre-competitivo e ricerca industriale. Per poter finanziare tutti i progetti ritenuti prioritari sono infatti già state attivate tutte le procedure per coprire l'intero fabbisogno.

La positiva conclusione di questa nuova iniziativa è stata resa nota dai due ministri competenti, Scajola e Stanca, in una conferenza stampa, nel corso della quale è stato precisato che il Comitato Tecnico interministeriale ha individuato i settori in cui si svilupperanno gli interventi, ed a seguito di tale delibera prenderanno l'avvio le procedure che, entro due mesi, porteranno alla presentazione dei progetti definitivi da parte dei poli selezionati.

I settori interessati da questo intervento finanziario, in ordine di priorità, sono:

Telecomunicazioni, con 11 progetti per 185,6 milioni di euro;  
Automazione e strumentazione, con 8 progetti per 147,3 milioni di euro;  
Aerospaziale, con 9 progetti per 139,3 milioni di euro;  
Componentistica elettronica, con 3 progetti per 65,1 milioni di euro;  
Trasporti, con 5 progetti per 78,8 milioni di euro.

In particolare, dei 616,3 milioni di euro di investimenti previsti, 117,7 milioni saranno per iniziative collocate nelle aree dell'Obiettivo 1, ossia nelle sei regioni del Sud; 81,6 milioni in aree dell'Obiettivo 2, ovvero in "aree sottoutilizzate" dell'intero Paese; e 416,9 milioni di euro in altre zone italiane.

La novità di questa iniziativa interministeriale, hanno sottolineato Scajola e Stanca, è che attraverso le agevolazioni previste dal Governo per la prima volta si è creata una aggregazione tra ben 64 tra le più importanti aziende dell'high-tech italiano e 90 piccole e medie imprese di filiera, con la partecipazione di 45 centri di ricerca, sia pubblici che privati, e università che, tutti assieme o come soggetti finanziati o come affidatari di commesse, beneficeranno dei fondi attivati.

Gli interventi saranno finanziati per circa il 90% da risorse pubbliche, principalmente mediante credito agevolato e quota a fondo perduto, e per la restante quota interverranno finanziamenti bancari ordinari.

**Numero 4 - 13 marzo 2006**

**GESTIRE DOCUMENTI, CONTENUTI E PROCESSI: SI AVVICINA L'APPUNTAMENTO CON OMAT**

**Milano, 28 - 29 marzo, Hotel Executive**

Ci sono voluti anni, parecchi anni, ma oggi finalmente la normativa italiana sul documento digitale è completa e operativa. Questo significa che è possibile fare a meno dei tradizionali documenti cartacei e sbarazzarsi definitivamente dei quintali di scartoffie che normalmente affollano gli archivi aziendali causando notevoli sprechi di tempo e denaro: è stato infatti calcolato che il solo tempo dedicato alla ricerca infruttuosa di documenti e informazioni o alla loro ricostituzione ex novo costa ad un'azienda circa 10.000 euro all'anno per ogni impiegato. (L'ipotesi è basata su un costo aziendale annuo di 40.000 euro a persona).

Sprechi che oggi sono diventati evitabili, dal momento che la legge e la tecnologia permettono di creare documenti validi direttamente in formato digitale, oppure di trasformare i documenti tradizionali in formato elettronico mantenendone il valore legale: fatture, certificati, ordini... tutto può essere gestito in modo semplice ed economico.

Una svolta decisiva è in atto (la normativa italiana è senza dubbio all'avanguardia a livello mondiale), e i primi ad adeguarsi saranno i primi a goderne i benefici.

Per tutti coloro che desiderano conoscere tutte le opportunità connesse alla gestione elettronica dei documenti, da oltre 15 anni l'appuntamento per eccellenza si chiama OMAT, l'evento di riferimento per la gestione elettronica di documenti, contenuti e processi aziendali: grazie alla qualità dei convegni da una parte e delle aziende presenti in mostra dall'altra, negli anni OMAT ha conquistato sul campo un'autorevolezza ormai ampiamente riconosciuta, essendo l'unica manifestazione in Italia in cui è possibile parlare di soluzioni con chi le produce e di leggi con chi le scrive.

La prossima edizione di **OMAT** si svolgerà a **Milano il 28 e 29 marzo**, presso l'Hotel Executive (MM2 Garibaldi); tra i principali temi che verranno trattati: Content Management (in particolare gestione delle e-mail, Business Process Management & Administration, Outsourcing, Acquisizione delle informazioni e Records Management), Normativa sul Documento Informatico e Conservazione Sostitutiva, senza dimenticare lo Storage, naturale contenitore delle informazioni aziendali. Inoltre, particolare attenzione verrà riservata alle relative applicazioni in alcuni settori industriali di riferimento, quali Finace, PAL-Sanità, Industria, Utilities-TLC.

Oltre al programma dei convegni, storicamente al top nel panorama nazionale per l'autorevolezza dei relatori, numerose sono le iniziative a ingresso gratuito che quest'anno daranno vita alla manifestazione:

Area Dimostrativa: le migliori aziende in mostra per presentarle tutte le novità per la gestione elettronica dei contenuti

Tutorial: sessioni introduttive volte a formare e informare i meno esperti in materia  
Tavola rotonda "Lo Storage nella gestione dei contenuti, dei processi aziendali e nel Records Management"

**Numero 4 - 13 marzo 2006**

Tavola Rotonda "Lo stato di attuazione dei progetti di gestione elettronica dei documenti nella PA: le esperienze degli Enti Locali", in collaborazione con CNIPA

Incontro "I flussi documentali nella supply chain del largo consumo: distribuzione fisica e documenti virtuali", in collaborazione con Di.Tech

Incontro "Vieni a fare un pieno di memoria", con Gianni Golfera, considerato dalla comunità scientifica internazionale l'uomo con più memoria al mondo

OMAT costituisce senza dubbio un'imperdibile occasione di apprendimento e approfondimento professionale: per maggiori informazioni sul programma dei convegni, sulle aziende presenti in mostra e sulle iniziative parallele, e per iscriversi all'evento, il sito internet è [www.iter.it/omat](http://www.iter.it/omat).

**Numero 4 - 13 marzo 2006****L'OFFERTA STORAGE PER LE PMI È SEMPRE PIÙ RICCA**

IBM arricchisce e potenzia la propria offerta di prodotti e funzionalità storage per le piccole e medie imprese (PMI). I nuovi potenziamenti interessano tutta la serie IBM System Storage DS4000 Series, un sistema storage scalabile, progettato per adattarsi all'evolversi del valore dei dati nel corso del tempo, pur mantenendo la disponibilità dei dati. I punti salienti comprendono:

- IBM System Storage DS4000 EXP810, una nuova unità di espansione da quattro gigabit al secondo (Gbps) per una maggiore densità e capacità
- Processi di backup e restore automatizzati sviluppati esclusivamente per Microsoft Exchange
- Designazione Microsoft Simple SAN per IBM System Storage DS4100 e DS4300

"Le novità di oggi offrono grandi vantaggi alle piccole imprese che desiderano soluzioni facili da installare e accessibili in termini di costi, nonché alle aziende più grandi che cercano velocità di file e funzionalità di disaster recovery di alta gamma a un prezzo contenuto", spiega Kristie Bell, Vice President, IBM Storage Systems Marketing.

La nuova unità di espansione dello storage a 4 Gbps, EXP810, offre un enclosure disco a 16 bay per il collegamento a sistemi a disco midrange DS4000 selezionati, con fino a 4,8 terabyte (TB) di capacità fisica per unità di espansione. Progettata per accogliere le unità disco Fibre Channel a 2 Gbps di oggi, nonché le unità Fibre Channel a 4 Gbps del futuro, la nuova unità è concepita per offrire le funzionalità e i vantaggi seguenti:

- Alta densità, flessibilità e scalabilità con 16 bay di unità disco
- Basso "costo totale di acquisizione" per le grandi installazioni, riducendo la necessità di ulteriori unità di espansione a vari punti di capacità
- Uno switch sull'enclosure DS4000 EXP810, che consente la selezione della velocità - 2 Gbps o 4 Gbps

I codici delle nuove funzionalità IBM per disaster recovery e business continuity sono progettati per proteggere lo storage della posta elettronica, nonché altri dati "mission critical".

Molte imprese hanno scelto Microsoft Exchange Server per la loro piattaforma e-mail. Per aumentare la disponibilità di Exchange, Microsoft ha introdotto Volume Shadow Copy Service, che può essere utilizzato con Exchange per eliminare le finestre di backup delle e-mail.

Grazie a questo servizio avanzato, IBM ha sviluppato una soluzione di business semplice e automatizzata per i propri sistemi storage DS4000, denominata DS4000 Integrated Backup for Databases (IBD) for Exchange, progettata per potenziare le attuali strategie di backup consentendo la protezione e il recupero rapido dei database Microsoft Exchange 2003.

Inoltre, VolumeCopy e una combinazione di FlashCopy/VolumeCopy sono stati aggiunti a IBM TotalStorage DS4100, un sistema storage di fascia entry, studiato per affrontare il problema del consolidamento dello storage e le esigenze di storage near-line per le applicazioni, senza spese inutili e lasciando alle aziende lo spazio per crescere. FlashCopy è studiato per creare una copia dei volumi di disco, senza interrompere l'accesso del sistema operativo al volume, mentre VolumeCopy è progettato per consentire ai clienti di effettuare una copia completa di un volume FlashCopy per migliorare le proprie capacità di protezione dei dati.

**Numero 4 - 13 marzo 2006**

IBM ha fatto il primo passo verso la costruzione di una soluzione Simple SAN, ottenendo la designazione Microsoft Simple SAN per i propri DS4100 e DS4300. I Kit SAN sono concepiti per fornire una soluzione SAN "chiavi in mano" agli utenti, consentendo alle piccole e medie imprese di installare una SAN rapidamente, in molti casi in meno di un'ora, senza assistenza on-site. I kit comprendono tutto l'hardware e il software necessari per collegare i server a una prima SAN o per estendere una SAN dal data center a un workgroup distante.

IBM System Storage DS4000 EXP810 sarà disponibile il 28 aprile 2006. Le funzionalità di disaster recovery e business continuity, comprendenti IBM Integrated Backup for Databases (IBD) for Exchange, VolumeCopy e una combinazione di FlashCopy/VolumeCopy saranno disponibili il 17 marzo 2006. IBM DS4100 e DS4300 SAN Kits per i sistemi di storage IBM DS4000 sono già disponibili.

**Numero 4 - 13 marzo 2006**

**SISTEMA PUBBLICO DI CONNETTIVITÀ: APPROVATA LA GRADUATORIA PROVVISORIA DELLA GARA MULTIFORNITORE**

L'offerta presentata al CNIPA da parte di Fastweb per la gara multifornitore del Sistema Pubblico di Connettività-SPC, sottoposta alla verifica di anomalia prescritta dalla legge, è stata ritenuta congrua dalla Commissione di aggiudicazione. Di conseguenza il Collegio del Cnipa ha approvato la graduatoria provvisoria della gara, che vede Fastweb al primo posto, seguita da Albacom, Wind e Telecom Italia. L'aggiudicazione definitiva avverrà dopo il collaudo tecnico previsto dal bando di gara.

Con l'approssimarsi della scadenza del contratto RUPA, il CNIPA - su incarico conferito dal Ministro per l'innovazione e le tecnologie - ha avviato gli studi necessari per la definizione dello scenario futuro delle infrastrutture informatiche delle pubbliche amministrazioni italiane. Entro il 2007 la RUPA evolverà e sarà assorbita nell'ambito di un progetto ancora più ampio, definito Sistema Pubblico di Connettività (SPC). Il primo passo delle amministrazioni per migrare verso l'SPC è già in fase di svolgimento con il passaggio dalla precedente infrastruttura alle nuove tecnologie a larga banda. Il Decreto lgs. del 28 febbraio 2005, n. 42 (PDF) (RTF) dal titolo "Istituzione del Sistema pubblico di connettività e della Rete internazionale della pubblica amministrazione, a norma dell'art. 10, della L. 229 del 29 luglio 2003" (G.U. del 30 marzo 2005, nr. 73) istituisce e disciplina il Sistema Pubblico di Connettività. Può essere definito come "l'insieme di strutture organizzative, infrastrutture tecnologiche e regole tecniche, per lo sviluppo, la condivisione, l'integrazione e la circolarità del patrimonio informativo della pubblica amministrazione, necessarie per assicurare l'interoperabilità e la cooperazione applicativa dei sistemi informatici e dei flussi informativi, garantendo la sicurezza e la riservatezza delle informazioni." Il progetto è articolato in due fasi principali secondo due obiettivi:

1. la definizione dell' SPC nel suo complesso, delle strutture organizzative per il suo governo, le infrastrutture tecnologiche e le regole tecniche per la fornitura dei servizi di connettività ed interoperabilità di base nel rispetto dei necessari requisiti di sicurezza;
2. la definizione del modello e dei servizi di interoperabilità evoluta e cooperazione applicativa e lo sviluppo dell'architettura abilitante e delle relative regole di governo.

I lavori per la definizione del sistema sono stati avviati sin dalla metà del 2002 in collaborazione con le pubbliche amministrazioni, esperti del mondo accademico, rappresentanti del mercato.

**Numero 4 - 13 marzo 2006****KOFAX E INTERWOVEN RAFFORZANO LA LORO PARTNERSHIP**

Come rivenditore di Kofax Ascent Capture, Interwoven sarà in grado di offrire una soluzione ECM end-to-end di un unico fornitore per la gestione unificata di contenuti cartacei ed elettronici. Kofax, società interamente controllata da DICOM Group plc ("il gruppo DICOM"), e Interwoven, Inc. (Nasdaq: IWOV), fornitore di soluzioni ECM (Enterprise Content Management) per le aziende, hanno annunciato il rafforzamento della loro partnership attraverso un nuovo accordo di rivendita mirato a fornire la facile integrazione delle capacità di acquisizione di immagini e informazioni con le soluzioni ECM di Interwoven. In base a questo nuovo accordo, Interwoven diventa rivenditore del prodotto Kofax Ascent Capture e potrà offrire ai clienti una soluzione ECM end-to-end di un unico fornitore, in grado di ridurre i costi e migliorare le efficienze grazie alla gestione unificata dei contenuti cartacei ed elettronici. Nell'odierno scenario, che vede le aziende sempre più impegnate nel controllo della crescita esplosiva di contenuti non strutturati, nonché nella gestione dei contenuti sia cartacei che elettronici nell'ambito di un ambiente integrato, la tecnologia per l'acquisizione di immagini e informazioni sta acquisendo un ruolo sempre più importante. In effetti, secondo Forrester Research, per la tecnologia di acquisizione di immagini e informazioni è prevista una spesa che raggiungerà 1,38 milioni di USD entro il 2008 e questa tecnologia svolgerà un ruolo sempre più critico nelle aziende per via delle normative sempre più severe in merito alla conservazione e alla gestione delle informazioni, quali quelle previste dal Sarbanes-Oxley Act. \*Forrester Research, "ECM Growth Outpaces The Overall Software Market," Luglio 2005" Con l'ampliamento della loro partnership, Interwoven e Kofax offrono alle aziende la possibilità di gestire e utilizzare con maggiore efficienza i contenuti nell'intera organizzazione. Ad esempio, consentendo agli utenti all'interno dell'azienda di importare facilmente i contenuti cartacei ed elettronici in un ambiente ECM altamente scalabile, eseguendo attività quali: acquisizione di qualsiasi documento cartaceo direttamente in Interwoven; archiviazione dei documenti nella cartella elettronica più appropriata in Interwoven, al momento stesso dell'acquisizione; denominazione, archiviazione e recupero dei documenti come se si trattasse di record; distribuzione automatica dei contenuti ad altri utenti; avvio di processi di flusso di lavoro per facilitare la collaborazione tra i diversi gruppi di lavoro. Grazie all'importazione dei contenuti cartacei nel sistema Interwoven, dove possono essere facilmente distribuiti ai canali aziendali più appropriati, le aziende possono riutilizzare in modo efficiente i contenuti di qualsiasi formato, senza perdere tempo e denaro per ricreare quelli che altrimenti sarebbero troppo difficili, se non impossibili, da trovare. I clienti comuni di Interwoven e Kofax che hanno già iniziato a usufruire dei vantaggi offerti dall'acquisizione di immagini e informazioni in un ambiente ECM unificato includono: Royal Caribbean Cruises Ltd, Visa International, Weingarten Reality, HealthSouth, il Comune di Baltimora, Arkema Group, il Comune di San Antonio e molti altri ancora. Grazie alla soluzione congiunta, questi clienti stanno automatizzando molti dei loro principali processi aziendali, ad esempio quelli relativi alla gestione dei debiti verso fornitori, all'elaborazione delle richieste di indennizzo, all'elaborazione dei documenti legali, alla gestione dei contratti o alla conformità alle normative quali il Sarbanes-Oxley Act. "Con più di un milione di immagini, 10.000 scansioni al giorno e sedi locali distribuite su un territorio nazionale come il nostro, avevamo bisogno di una soluzione a livello aziendale per gestire al meglio i nostri documenti", ha dichiarato Lee Pearson, vicepresidente e CIO di Weingarten Reality. "Kofax e Interwoven ci hanno fornito una piattaforma di grande potenza che ci ha permesso di migliorare la produttività e l'efficienza dei nostri utenti e raggiungere più facilmente i nostri obiettivi aziendali." In base all'accordo di rivendita, Kofax Ascent Capture verrà integrato con le offerte Web Content Management, Document Management e Content Intelligence di Interwoven. La stretta integrazione di Kofax con Content Intelligence di Interwoven consentirà agli utenti di aumentare la propria efficienza nel recupero e nel riutilizzo dei contenuti poiché i metadati, ovvero le informazioni sui contenuti, vengono automaticamente applicati ai contenuti stessi per facilitarne l'archiviazione e la ricerca da parte degli utenti. "La proficua collaborazione tra Interwoven e Kofax dura ormai da più di

**Numero 4 - 13 marzo 2006**

cinque anni, ecco perché guardiamo con entusiasmo alle opportunità che verranno da questa nuova e ancora più stretta cooperazione”, ha dichiarato Max Carnecchia, vicepresidente senior per le vendite globali di Interwoven. “Per i nostri clienti, implementare una soluzione completa per gestire in modo efficace tutti i contenuti non strutturati sarà più semplice che mai. Inoltre, disporranno di maggiori opportunità per aumentare la produttività e migliorare la collaborazione nell'intera azienda.” “Grazie a una collaborazione ormai consolidata con i nostri CSP (Certified Solution Provider) e al co-selling delle nostre soluzioni nell'ambito di conti congiunti, non possiamo che essere soddisfatti dell'ampliamento della nostra relazione con Interwoven”, ha dichiarato Richard Bosworth, vicepresidente per le vendite di Kofax. “Interwoven è leader riconosciuto nella fornitura di soluzioni ECM realmente efficaci e siamo lieti di prendere parte a questo progetto che mira a fornire ai nostri clienti comuni una soluzione ECM end-to-end che consentirà loro di controllare e utilizzare al meglio i loro contenuti cartacei ed elettronici nell'intera azienda.”

Per maggiori informazioni: [www.kofax.it](http://www.kofax.it) - [www.dicompds.it](http://www.dicompds.it)

**Numero 4 - 13 marzo 2006**

**COMUNICAZIONE, MARKETING E B2B: OGNI GIORNO NOTIZIE GRATIS NELLA CASELLA DI POSTA**

**Intervista a Mario Modica, editore di Spot and Web**

- Spot and Web è un quotidiano gratuito: quali sono le ragioni di questa scelta?  
- La scelta free press è senza dubbio alla base dei risultati ottenuti. A questo aggiungiamo pure le scelte editoriali che hanno privilegiato l'informazione. Molte notizie, provenienti anche da settori spesso trascurati in precedenza, il taglio quasi generalista del giornale e la sua alta leggibilità. Ma ancora giungono in redazione domande del tipo: "Quanto costa abbonarsi al giornale?" Evidentemente, la nostra uscita su un mercato con abitudini e tradizioni diverse dalla nostra scelta free press, ha influito sulla convinzione di molti che la gratuità di Spot and Web fosse solo temporanea. Spot and Web sarà sempre free press.

- Qual è il trend dei vostri lettori?

- Dai dati in nostro possesso sappiamo che una buona parte dei nostri lettori forwardano il giornale ad altri utenti. Attualmente circa 1.500 letture giornaliere derivano da questa pratica che altro non è che un "passa parola". Crediamo molto in questo tipo di comunicazione: la fiducia del singolo lettore è il nostro obiettivo primario. Riceviamo ogni giorno contributi e richieste di collaborazione. Siamo indipendenti dai grandi gruppi del settore e crediamo che i nostri lettori ci apprezzino anche per questo motivo. Le nostre scelte editoriali, maturate in piena autonomia, hanno incontrato il favore dei nostri lettori. Da gennaio 2006 abbiamo iniziato a pubblicare quotidianamente i lettori unici del giorno precedente. Continueremo a farlo.

Nel mese di ottobre, con solo due uscite, il quotidiano ha ricevuto un battesimo più che lusinghiero, 5.361 lettori unici.

Ma la prova veramente ardua è stata affrontata nel periodo natalizio. Col fisiologico calo d'attenzione dovuta alle festività ed alla riduzione dei numeri per le vacanze, a dicembre Spot and Web si era quasi dimezzato rispetto al mese precedente : 34.622 lettori unici.

Proprio novembre 2005 rappresentava infatti il trend iniziale di lettura del giornale, con 61.190 lettori unici.

Col nuovo anno il risultato è stato confermato e superato dai 93.997 lettori unici di gennaio 2006.

Quotidianamente l'interesse per Spot and Web è andato crescendo e proprio nel 2006 i dati di febbraio hanno confermato e sopravanzato le previsioni: 134.193 lettori unici.

**Medie giornaliere di lettura**

Ottobre 2005, due numeri, media di 2.681 lettori unici giornaliere. Novembre 2005: 21 numeri, media di 2.914 lettori unici giornaliere. Dicembre 2005: 14 numeri, media di 2.473 lettori unici giornaliere. Gennaio 2006, 17 numeri, media di 5.529 lettori unici giornaliere. Febbraio 2006, 20 numeri, 6.709 lettori unici giornaliere.

Per ricevere gratuitamente Spot and Web è sufficiente compilare il form all'indirizzo:

<http://www.spotandweb.it/2005/Newsletter.asp>

**Numero 4 - 13 marzo 2006**

## **QUANDO DALLE RELAZIONI PERSONALI NASCE IL BUSINESS: IL CASO DEL NETWORK RELAZIONALE CONNECTING-MANAGERS**

Nel mondo competitivo odierno emerge in modo sempre più chiaro il ruolo cruciale che le relazioni assumono per i singoli e per le imprese, infatti i media e le nuove tecnologie hanno contratto spazio e tempo e hanno reso possibile interazioni a distanza sempre più ricche e complesse.

In conseguenza di ciò sempre più persone entrano in contatto con noi ed influenzano le nostre azioni e la nostra vita, anche da contesti lontani, in un modo che non è più eludibile.

Inoltre, in un mercato in cui l'economia della conoscenza rende il sapere la principale risorsa competitiva ci si deve confrontare ed è necessario scambiare skills e saperi, entrando in contatto con sempre più persone.

Dunque fare networking, ossia creare e governare le relazioni ed i rapporti di interazione e di scambio con altri soggetti in modo organizzato e consapevole, diventa sempre più fondamentale, e di fatto inevitabile, nel nostro attuale scenario competitivo.

Per citare una frase di Jeremy Rifkin, Presidente di The Foundation on Economic Trends di Washington D.C.: *"Il reale valore nel terzo millennio delle aziende e dei manager che le dirigono, non sarà il fatturato che essi producono, bensì il numero e la qualità delle relazioni da essi instaurati con i propri target interlocutori e di riferimento interni ed esterni"*

Connecting-Managers® è un Network Relazionale che serve a creare interazioni e scambi fra i professionisti dell'area Marketing & Communication per far nascere proficue collaborazioni reciproche e diffondere la cultura del Marketing e della Comunicazione attraverso eventi, manifestazioni, fiere e servendosi anche delle tecnologie e le opportunità offerte dalla Rete Internet.

Tramite il contatto personale e diretto infatti si sviluppano relazioni solide che nel tempo portano molto spesso a proficui rapporti di business e di partnership fra le aziende che i membri del network rappresentano.

Il progetto, a carattere nazionale, parte offline diversi anni orsono ma sbarca sul web nel 2003 con il portale [www.connecting-managers.com](http://www.connecting-managers.com), insieme al quale partono le prime attività realizzate con il particolare format che contraddistingue il network.

Connecting-Managers® non è infatti solo una realtà virtuale su Internet, anzi, l'originalità del progetto sta proprio nel fatto che il network crea relazioni combinando la rete con eventi e conferenze dove le persone che si sono conosciute sul web possono interagire di persona. Tutti gli eventi vivono un momento di preparazione su internet per poi essere realizzati sulla base delle esigenze espresse dai membri del network e sono poi seguiti da follow up sul sito quali forum tematici e atti e materiali da scaricare.

La combinazione integrata di tecnologia ed occasioni di incontro personale e dal vivo negli eventi consentono dunque a Connecting-Managers® di raggiungere realmente la sua mission, mettendo in relazione i manager che fanno parte del network.

La crescita del progetto è sempre stata costante grazie all'originalità della formula, tuttavia nell'ultimo anno l'arrivo di nuovi e validi partner come Proteus, Nweb e M-DD ha garantito una grandissima accelerazione.

**Numero 4 - 13 marzo 2006**

Infatti a meno di sei mesi dal lancio dell'ultima versione di portale internet, dotato di una ricca community con servizi gratuiti per i registrati e diverse formule di convenzione, sono stati raggiunti e superati due nuovi traguardi: i 30.000 associati complessivi (che diventano quasi 40.000 contando i simpatizzanti che ricevono le newsletter) ed i 3000 iscritti (con un aumento medio di 10 unità al giorno) all'area riservata Community inaugurata nel giugno scorso (dati 1 marzo 2006).

I responsabili del network naturalmente esprimono piena soddisfazione per l'andamento del progetto. "Il riscontro che stiamo avendo in questi ultimi mesi ha pienamente ripagato gli sforzi di anni di lavoro" - commenta Luigi Fusco, Presidente Connecting-Managers® - "per essere una realtà di tipo associativo e non un'azienda i nostri numeri sono davvero interessanti e riceviamo moltissimi complimenti".

"Siamo professionisti che investono parte del loro tempo in un progetto in cui credono ed è davvero gratificante trovarsi di fronte ad un numero di utenti unici che nel mese di ottobre ha superato le 33.000 unità" - continua Gianluigi Zarantonello, Community manager "in quanto è un riconoscimento del fatto che stiamo facendo qualcosa di davvero interessante per molte persone".

Connecting-Managers® continua dunque il suo cammino ed **offre un simpatico omaggio per i lettori di questa newsletter**: coloro che si registreranno gratuitamente al portale infatti potranno ritirare un buono libri da 12 euro da spendere sul sito partner 365bookmark. Per i dettagli è possibile visitare la pagina [http://community.connecting-managers.com/html/leggi\\_News.asp?id=36](http://community.connecting-managers.com/html/leggi_News.asp?id=36), la scadenza indicata nel testo non è vincolante per chi arriverà da Iter.

**Numero 4 - 13 marzo 2006****SOLUZIONI WEB PER REALIZZARE SITI SEMPRE PIÙ SOFISTICATI E AUMENTARE LA VISIBILITÀ DEL BRAND**

Adobe Systems Incorporated ha annunciato che clienti di primaria importanza quali Oracle, Scion e Harris Publications stanno beneficiando dei vantaggi derivanti da superiori livelli di visibilità del brand, traffico Web e innovative strategie di marketing on-line grazie all'adozione del software Adobe Macromedia Studio 8. Rilasciata nel settembre scorso, la suite Studio 8 - comprendente Macromedia Dreamweaver, Macromedia Flash Professional, Macromedia Fireworks, Macromedia Contribute e Macromedia FlashPaper - fornisce ai clienti un insieme di strumenti completo per la progettazione, lo sviluppo e la manutenzione di siti Web. A pochi mesi di distanza dall'adozione della suite Studio 8, queste aziende hanno già dato vita a nuovi supporti didattici basati sul Web, hanno implementato programmi di marketing on-line caratterizzati da un elevato tasso di risposta e hanno accresciuto con successo la diffusione dei rispettivi brand.

"Oggi le aziende si affidano sempre più al Web per rimanere competitive, promuovere l'innovazione e rimanere in contatto con i clienti", ha affermato Jim Guerard, Vice President of Product Management, Web and Video Solutions di Adobe. "Aziende leader quali Oracle, Scion e Harris Publications utilizzano con successo la suite Studio 8 per dar vita ad applicazioni e contenuti all'avanguardia che consentono di mantenersi un passo avanti rispetto alla concorrenza".

Oracle sta registrando un numero record di partecipanti ai propri seminari e maggiori livelli di domanda per le sue offerte di prodotti grazie alla realizzazione di un filmato Web interattivo intitolato "Who Caught

John Blade?". Ai clienti vengono presentate le nuove tecnologie Oracle attraverso un giallo interattivo che

ha funzione sia di intrattenimento sia di informazione. Il video, completo di effetti visivi su piani diversi e

opzioni per definire le dimensioni dello schermo, è stato realizzato sfruttando le nuove funzionalità video della suite Studio 8.

"La sfida è consistita nel creare un sito Web divulgativo che invogliasse il pubblico a conoscere meglio le tecnologie Oracle, e la linea completa di strumenti della suite Studio 8 ha permesso al nostro team di raggiungere questo obiettivo", ha sottolineato Nathaniel Robinson, Senior Director del Brand and Creative

Team di Oracle. "Si è trattato di un programma di enorme successo che non soltanto ha accresciuto notevolmente il traffico sul sito, ma ha convinto anche il 40% dei visitatori a scaricare il video per poterlo rivedere ancora".

Nell'autunno scorso Scion, un innovativo produttore automobilistico, ha lanciato il suo primo concorso Flash chiedendo agli utenti finali di creare presentazioni Web utilizzando le nuove funzionalità di Flash Professional 8 per promuovere l'intera linea di prodotti dell'azienda. Per suscitare l'interesse dei potenziali

partecipanti, Scion e il suo partner marketing DNA Studio hanno sviluppato un interessante microsito e hanno creato speciali slogan pubblicati sui bulletin board della comunità Flash con l'obiettivo di invogliare

gli utenti interessati a iscriversi online. L'enorme successo di questa campagna di viral marketing ha accresciuto la visibilità del brand Scion e ha fornito alla società una quantità di contenuti Flash interattivi utilizzati con successo in ulteriori iniziative marketing.

**Numero 4 - 13 marzo 2006**

"Il brand Scion ha successo tra il pubblico giovanile grazie a prodotti che si distinguono e a un processo consumer-driven estremamente innovativo", ha spiegato Adrian Si, Interactive Marketing Manager di Scion. "L'inclusione di Flash nell'iniziativa Scion F8 ci ha permesso di suscitare l'interesse dei progettisti della comunità interattiva e accrescere la visibilità del nostro brand".

Harris Publications, editore di riviste quali RIDES, XXL, KING e altre testate specializzate, ha avviato la riprogettazione dei siti Web relativi a tutte le versioni online delle proprie pubblicazioni cartacee mediante

Macromedia Dreamweaver 8. Il primo sito riprogettato, quello riguardante RIDES Magazine, è caratterizzato da una navigazione intuitiva e dalla presenza di una galleria fotografica che offre agli utenti

la possibilità di effettuare il caricamento di immagini delle loro automobili aumentando efficacemente il pubblico online della rivista.

"Disponendo di un team Web interno di piccole dimensioni, è essenziale poter contare su una tecnologia che consenta di creare velocemente e mantenere facilmente i siti senza comprometterne il livello estetico", ha commentato Jason Brightman, Web Director di Harris Publications. "Abbiamo scelto CSS quale fondamento tecnologico dei siti e il pannello CSS unificato di Dreamweaver 8 ci ha fornito gli strumenti necessari per dar vita alle nostre realizzazioni in tempi contenuti. Grazie all'opera di riprogettazione realizzata, i nostri lettori rimangono più a lungo all'interno dei siti e navigano in maniera più approfondita all'interno di ogni sezione delle nostre riviste online".

Pag 3 di 3

Per maggiori informazioni sul software Studio 8 e sull'impiego fattone dai clienti è possibile visitare l'indirizzo [www.macromedia.com/software/studio/](http://www.macromedia.com/software/studio/). Sono disponibili copie dimostrative valide 30 giorni del

software Studio 8 e della altre Adobe Web Solutions. Studio 8 è offerto anche come componente del nuovo pacchetto Adobe Web Bundle, che combina il software Adobe Creative Suite 2 Premium e Studio 8.

**Numero 4 - 13 marzo 2006****INDAGINE SUL MERCATO MOBILITY IN EUROPA**

La mobilità sta conquistando tutti i principali mercati europei; è quanto emerge da un'indagine di ACNielson commissionata da Fujitsu Siemens Computers, condotta alla fine del 2005. Il 71% dei manager e dei decisori IT europei intervistati ha dichiarato di aver adottato soluzioni per la mobility solo di recente; lo studio ha inoltre rilevato che il 60% delle aziende ha introdotto progetti di mobility senza seguire un programma di implementazione strategico.

“Attraverso l'utilizzo di tecnologie mobili, le imprese vogliono raggiungere obiettivi di business ambiziosi, anche se non esiste ancora la piena consapevolezza delle potenzialità e dei vantaggi derivanti dall'adozione di soluzioni mobili”, ha affermato Giuseppe Magni, Direttore Marketing di Fujitsu Siemens Computers Italia. “Come Vendor come leader in ambito mobility, riteniamo importante supportare le aziende nella pianificazione strategica e nel monitoraggio dei progetti di mobilità per l'intero ciclo di vita”.

**Metodologia d'indagine**

Fujitsu Siemens Computers, maggior produttore IT europeo con 20 anni di esperienza nel settore mobile computing, ha commissionato uno studio fra i responsabili IT che partecipano al Webpanel VNU Global Tech Forum per individuare necessità, obiettivi attuali e futuri dei clienti. Oltre 1.000 responsabili IT ed executive di alto profilo provenienti da Francia, Germania, Italia, Regno Unito, Spagna e Svezia hanno preso parte alla ricerca online condotta da AC Nielsen, società del gruppo VNU. Tra gli intervistati rientrano utenti reali, utenti potenziali e non, utenti di sistemi mobili in piccole, medie e grandi imprese (da un minimo di 100 a più di 1.000 dipendenti) che operano nei settori tecnologico, industria, servizi finanziari, commercio, pubblica amministrazione e farmaceutico.

**Evoluzione verso la mobilità - un trend consolidato**

I primi passi verso la mobilità sono stati compiuti: il 71% delle società coinvolte nella ricerca ha adottato progetti di mobilità. La Svezia, dove l'85% del campione ha adottato soluzioni mobile, domina la classifica. La percentuale più bassa, 65%-68%, è stata rilevata in Europa meridionale (Italia, Francia e Spagna). Mentre i livelli di implementazione rimangono buoni, il 18% dei manager non riesce a trovare motivazioni di business per introdurre in azienda tecnologie mobili. In fase di pianificazione IT, il fattore mobility ricopre un ruolo importante, al punto che il 10% dei manager sta sviluppando piani per l'adozione di soluzioni mobili. Il fattore principale che spinge le aziende verso la mobilità è, per il 41% degli intervistati, la necessità di garantire l'accesso alle risorse aziendali anche lontano dall'ufficio.

**Un approccio strategico aiuta a cogliere i vantaggi della mobilità**

Secondo i risultati dell'indagine, solo quattro aziende su dieci hanno sviluppato una strategia per la mobilità. In Gran Bretagna, Spagna e Svezia oltre il 45% delle aziende coinvolte ha introdotto progetti di mobilità con un approccio strategico, percentuale che in Francia e Germania si riduce al 37% circa.

**La mobilità in Italia**

Per quanto riguarda l'Italia, sulle 91 aziende intervistate, il 65% ha confermato l'utilizzo di soluzioni mobili, mentre il 13% ne sta pianificandone l'adozione.

Il 44% degli intervistati dichiara di aver sviluppato una strategia aziendale integrata per la mobilità e il 32% di volerla adottare in tempi brevi. Tra gli obiettivi che spingono le aziende a introdurre ed utilizzare la mobility come fattore strategico di crescita del business, il 69% punta a un incremento della produttività, il 17% al risparmio del tempo e l'8% alla soddisfazione del

**Numero 4 - 13 marzo 2006**

personale. In Italia, la mobility si esprime soprattutto attraverso l'utilizzo di notebook per il 98% degli intervistati, dispositivi palmari per il 49%, soluzioni con funzionalità di push e-mail per il 27% e con i tablet pc per il 12%.

**Ostacoli percepiti: la sicurezza**

I responsabili IT hanno manifestato le proprie preoccupazioni associate all'introduzione di tecnologie mobili perché espongono l'intelligence dell'azienda e le informazioni relative ai clienti attraverso connessioni wireless a potenziali attacchi. Due intervistati su tre (68%) ritengono che il problema principale legato all'introduzione della mobilità sia la sicurezza, anche se solo un utente mobile su quattro ha riscontrato violazioni. Per questo motivo negli ultimi anni abbiamo assistito alla rapida crescita del mercato delle tecnologie VPN (Virtual Private Network) e delle tecnologie di sicurezza basate sulla biometria.

Il 21% degli intervistati ha riscontrato un uso improprio dei dispositivi mobili e la mancanza di formazione per gli utenti. Inoltre, la ricerca ha messo in luce la complessità delle tecnologie e il bisogno di specialisti, l'instabilità dei sistemi mobili e la difficoltà di integrare e gestire flotte di dispositivi. Circa la metà dei manager svedesi (45%) è preoccupata per la scarsa conoscenza dei sistemi mobili da parte del personale e ha affermato di desiderare maggiore formazione per i dipendenti dimostrando così leadership nella gestione delle risorse umane.

**Le tendenze in ambito mobile**

Convergenza, UMTS e VoIP sono i principali trend che guideranno il mercato della mobilità in futuro. Altrettanto importante, per avviare progetti in ambito mobile sarà riuscire a risolvere i problemi di sicurezza, rafforzare l'affidabilità dei dispositivi e adottare un approccio strategico alle implementazioni mobili. Fujitsu Siemens Computers, seguendo un modello di business focalizzato sul cliente, contribuisce a offrire supporto per le aziende che implementano soluzioni mobili. In linea con questo obiettivo, la società tedesca può contare sulla propria leadership ed esperienza nel settore proponendo un approccio strategico completo allo sviluppo e all'introduzione di progetti di mobilità offrendo dispositivi mobili estremamente affidabili, completi di funzionalità push e-mail, UMTS e VoIP insieme a soluzioni back-end integrate.

**Numero 4 - 13 marzo 2006****IN ARRIVO NUOVI SCANNER IN B/N PER IL MERCATO SOHO E PMI**

Canon Italia ha annunciato la nascita di due nuovi dispositivi: i modelli Canon iR2016i e iR2020i che arricchiscono la gamma del portfolio in bianco e nero rivolgendosi al mercato Soho, così come alle PMI. I nuovi dispositivi multifunzione (MFD) ampliano la gamma in bianco e nero di Canon, offrendo le opzioni di scansione a colori e invio come standard. iR2016i e iR2020i sono dispositivi poco ingombranti che trovano spazio anche nei piccoli uffici e sono in grado di stampare documenti di dimensioni A3 in alta qualità fino a 1.200 dpi. Il modello iR2016i fornisce una velocità di copia e stampa di 16 pagine al minuto (ppm), mentre il modello iR2020i arriva fino a 20 ppm. Entrambi possono scansare ed inviare documenti a colori, mentre la funzione di fax rimane una scelta opzionale. L'introduzione di uno scanner a colori su questi dispositivi garantisce la qualità dei documenti scansionati e consente di evitare l'introduzione di uno scanner a colori per la rete aziendale. Grazie alla funzione di invio è possibile inviare i documenti scansionati direttamente - attraverso la rete - ad un indirizzo email, a un FTP o ad un database. Un sistema di finitura interno (che permette di pinzare fino a 50 fogli) incrementa la produttività di questi dispositivi, mentre la stampa duplex e la funzione di fax opzionale ne aumentano l'efficienza.

iR2016i e iR2020i sono facili da installare e controllare grazie agli strumenti di Web Management Software che sono inclusi nel pacchetto d'acquisto. Questi strumenti permettono agli amministratori di gestire il processo di stampa e di cambiare le impostazioni quando è richiesto. Inoltre questi dispositivi supportano il software E-Maintenance che rileva automaticamente gli errori e gli inceppamenti e informa -attraverso una e-mail di alert - l'amministratore di rete e il Centro Assistenza, diminuendo così i tempi di inefficienza.

iR2016i e iR2020i sono compatibili con l'ampia gamma di soluzioni Canon in ambito Document Management e Document Publishing, tra cui iW Document Manager Gateway (iWDM) e iW Publishing Manager (iWPM).

Nicolò Vezzosi, Office Solutions Product Manager di Canon Italia, afferma: "Attraverso questi nuovi prodotti, ci auguriamo di mettere in luce il nostro impegno e la nostra esperienza nel mercato Soho e PMI offrendo dispositivi che sanno coniugare ergonomia e funzionalità a prezzi competitivi. Oggi il colore riveste una sempre maggiore importanza nel settore business e crediamo così di soddisfare al meglio le esigenze del mercato grazie all'introduzione della funzionalità di scansione ed invio a colori".

Inoltre iR2016i e iR2020i rispettano perfettamente le leggi ambientali; hanno infatti tempi di riscaldamento molto ridotti e un basso consumo energetico grazie alla funzione di sleep mode che si attiva automaticamente quando il dispositivo non è in uso. I metodi di produzione inoltre assicurano che piombo e altre sostanze nocive siano proibite durante il processo di fabbricazione, rendendo questi dispositivi rispettosi dell'ambiente.

A completare la gamma, anche MF7170i sta per essere introdotto sul mercato: con funzioni simili a iR2016i, questo dispositivo utilizza cartucce all-in-one per il toner. MF7170i sarà al più presto disponibile per Canon e per la rete di distribuzione.

**Numero 4 - 13 marzo 2006****REGISTRO DELLE IMPRESE: LA BUSINESS INTELLIGENCE RESTA PATRIMONIO DELLE AZIENDE MAGGIORI**

10 milioni di bilanci d'impresa, 118 milioni di visure, 16 milioni di schede societarie. In totale, oltre 146 milioni di dati di carattere amministrativo ed economico. È il contributo all'informazione economica e alla trasparenza del sistema produttivo italiano fornito in 10 anni dal Registro delle Imprese, lo strumento di pubblicità legale delle aziende, la cui tenuta è stata affidata alle Camere di Commercio dalla legge di riforma del 1993. Il Registro, la cui struttura informatica è un modello a livello europeo, ha registrato una crescita esponenziale negli anni del numero di interrogazioni, passando da oltre 8 milioni nel 1997 a più di 26 milioni nel 2005. Gestito interamente per via telematica e reso sempre di più strumento di supporto all'attività delle aziende e della pubblica amministrazione, è diventato operativo dal 19 febbraio 1996, con un anno di anticipo rispetto ai tempi previsti dalla normativa di attuazione.

“Il Registro delle imprese – ha detto il presidente di Unioncamere, Carlo Sangalli – è uno strumento insostituibile di trasparenza del mercato e un riferimento costante del rapporto tra imprese e pubblica amministrazione. Ma è soprattutto una leva potenzialmente formidabile per la crescita della competitività del sistema produttivo. Troppo poche sono le imprese che oggi utilizzano l'informazione economica come fattore strategico per competere. Per aiutarle a conseguire vantaggi importanti attraverso l'uso della cosiddetta business intelligence, occorre far crescere un'offerta moderna di informazione economica, statistica e finanziaria, che sia autorevole e facilmente accessibile”.

**Il nuovo Registro delle Imprese**

Dal 1° marzo scorso l'accesso al patrimonio informativo del Registro delle Imprese è stato rivisto rendendo l'accesso dei documenti più semplice ed aderente alle esigenze degli utilizzatori.

I documenti ufficiali sono stati ridisegnati per poter rispondere a tutte le richieste: da quelle essenziali - ad esempio la sola identificazione dell'impresa - a quelle più complete ed approfondite che forniscono un quadro esaustivo delle singole realtà imprenditoriali.

Accanto alla tradizionale “Visura Registro Imprese”, è ora possibile selezionare in modo puntuale singoli prospetti informativi, permettendo all'utente di effettuare ricerche mirate ed estrarre solo le informazioni di cui si ha bisogno.

È anche disponibile un nuovo tipo di documento, il “Fascicolo” dell'impresa, che contiene tutte le informazioni presenti nel Registro Imprese e copia degli atti depositati (statuto, patti sociali, ultimo bilancio).

I documenti sono disponibili in formato PDF (non modificabile) ed in formato HTML, visualizzabile via Internet con qualsiasi browser, con informazioni facilmente fruibili grazie ad una struttura ipertestuale semplice ed intuitiva.

A questa nuova flessibilità corrisponde un sistema tariffario che rende l'accesso alle informazioni del Registro più conveniente anche per gli utenti non abituali (ad esempio si possono avere notizie sulle persone o sulle imprese a partire da un euro).

Per ulteriori informazioni e per ottenere il collegamento Internet al Registro Imprese, si può consultare il sito della Camera di Commercio della propria provincia ([www.XX.camcom.it](http://www.XX.camcom.it) - dove XX=sigla provincia) oppure il sito [www.telemaco.infocamere.it](http://www.telemaco.infocamere.it)

Ma quale è attualmente il reale contributo che l'anagrafe delle imprese fornisce al sistema economico? Malgrado i numeri significativi dell'attività del Registro delle imprese, la ricerca, commissionata da Unioncamere e Infocamere all'Istituto di Organizzazione e Sistemi Informativi (IOSI) dell'Università Bocconi, fotografa uno stato di adozione e di utilizzo delle banche dati on-line da parte delle imprese

**Numero 4 - 13 marzo 2006**

ancora modesto, in cui l'apporto conoscitivo che può essere fornito dalle fonti informative più qualificate alle strategie d'azienda è patrimonio essenzialmente delle imprese di maggiori dimensioni.

L'indagine è stata effettuata su un campione di 1401 aziende italiane appartenenti a tutti i settori economici ad eccezione del settore bancario e di quelli collegati alla sfera pubblica (circa 2,9 milioni di imprese).

Solo il 17,6% delle imprese, per complessive 508.336 aziende, si è dotata nel corso del tempo di un accesso alle banche dati on line. A queste va aggiunto un ulteriore 2,4% costituito dalle imprese che hanno intenzione di attivarlo nei prossimi 12 mesi. Se si considera, però, la dimensione d'impresa, il quadro tende ad assumere altri contorni. Tra le imprese con più di 50 addetti, infatti, il tasso di diffusione è superiore al 50%. In particolare, passando dalle micro-imprese alle grandi imprese, la "comunità" delle imprese che hanno accesso alle banche dati passa da una ristretta minoranza (il 16,3%) ad una netta maggioranza (il 74,2% e il 66,9%).

Non solo il tasso di adozione è mediamente basso, ma anche il numero di persone che ha accesso alla banca dati all'interno dell'impresa è ridotto: il 29% delle imprese indica che solo una persona è autorizzata, mentre il 48% riserva l'accesso a 2-3 persone.

Il dato può essere messo in parallelo con quello relativo alla presenza, nelle imprese che si sono dotate di un accesso alle banche dati, di un'unità organizzativa preposta all'attività di reperimento di informazioni esterne. Queste sono pari al 17,9% (ovvero quasi 91mila imprese). Tale dato supera il 30% per le imprese con più di 100 addetti. Per il 45,7% delle imprese questa unità organizzativa è composta da 4/5 addetti, mentre per il 44,3% delle imprese è composta da 2/3 addetti.

Tra le imprese attualmente non in possesso di accessi alle banche dati, appaiono più numerose quelle che ritengono questi strumenti inutili (sono il 54,4%). A queste va aggiunto un ulteriore 21,1% che dichiara semplicemente di non aver mai pensato a questa opportunità. Interessante è però la quota residua, pari al 22,2% che dice di ricevere il servizio di accesso alle banche dati dal proprio commercialista e/o studio legale. I primi due dati mettono in evidenza un gap dell'offerta legato non tanto al contenuto, quanto al contatto e alla comunicazione con le imprese.

Le banche dati più diffuse sul fronte delle informazioni di carattere amministrativo, economico e competitivo sono il Registro delle imprese e Cerved. Considerando le imprese in possesso di un accesso alle banche dati, emerge che il 48,5% si è dotata il Registro delle imprese, mentre il 25,4% dispone dell'accesso alla banca dati Cerved. La situazione non cambia se si passa dall'adozione all'utilizzo: le due banche dati più utilizzate dalle imprese adottanti sono sempre il Registro delle imprese e il Cerved, con una percentuale, rispettivamente, del 47,3% e del 22,8%. I dati sulla rilevanza del Registro delle imprese sono confortanti anche alla luce della costante crescita degli utenti del sistema Telemaco e all'incremento del numero di pratiche e accessi effettuato attraverso questo sistema web che serve per dialogare con le Camere di Commercio.

**Numero 4 - 13 marzo 2006****CONDIVISIONE DEI DOCUMENTI SEMPRE PIÙ SEMPLICE ED EFFICACE**

Eastman Kodak Company ha presentato KODAK Scan Station 100, una soluzione per uffici assolutamente innovativa. KODAK Scan Station 100, oltre ad assicurare un'eccellente qualità di scansione dei documenti cartacei, si caratterizza infatti per la modalità di utilizzo in rete che consente di condividere i documenti via e-mail, di salvarli in una cartella di rete, di inviarli a una stampante o a una fotocopiatrice utilizzata in rete e di archivarli su un'unità USB portatile.

Mediante l'uso di un touch screen a colori, KODAK Scan Station 100 consente agli utenti di convertire in immagini digitali documenti cartacei a colori, in bianco e nero e in scala di grigi, così da poterli:

- Condividere via e-mail.
- Salvare in cartelle di rete.
- Inviare alle stampanti o fotocopiatrici di rete.
- Salvare in unità USB portatili.

Il touch screen a colori può anche essere attivato e personalizzato dai vari utenti grazie all'unità USB portatile.

"La procedura di condivisione dei documenti in un ambiente digitale deve essere semplice. Di fatto, però, numerose periferiche multifunzionali (MFP) installate sulle fotocopiatrici non la rendono affatto tale per l'utente medio. KODAK Scan Station 100 è stata invece progettata per agevolare l'utilizzatore e per aumentare la produttività grazie ad una modalità d'uso intuitiva, adatta a un ambiente da ufficio", ha dichiarato Franco Ferrario, Sales & Marketing Manager della Divisione Document Imaging di Kodak Italia.

Diversamente dagli altri prodotti presenti oggi sul mercato, KODAK Scan Station 100 non necessita dell'installazione di un computer dedicato o di un software aggiuntivo perché viene collegata a un'infrastruttura di rete già esistente. L'utilizzo di questa soluzione Kodak non richiede nemmeno un addestramento particolare, essendo caratterizzata da un funzionamento facile ed interattivo, gestito direttamente dal touch screen che prevede anche la funzione di visualizzazione in anteprima delle immagini acquisite prima di procedere alla condivisione delle stesse.

KODAK Scan Station 100 è stata realizzata per operare con stampanti di rete esistenti a costi per pagina inferiori, costituendo così la scelta ideale per ogni utente. KODAK Scan Station 100 è dotata di una connessione Ethernet 10/100 Base-T.

La nuova soluzione Kodak è in grado di acquisire documenti cartacei lunghi fino a 86,36 cm e si rivela ideale anche per elementi più piccoli e spessi, tra cui tessere assicurative o patenti di guida plastificate. Grazie a KODAK Scan Station 100 è possibile acquisire i documenti in formato JPEG, TIFF, PDF e PDF a testo ricercabile. L'utilizzo delle tecnologie Perfect Page di Kodak consente di produrre immagini di eccellente qualità, con risoluzioni massime di 600 dpi e con una velocità di scansione di 25 pagine al minuto.

"Per riscuotere successo in un ambiente competitivo come quello attuale, gli scanner per applicazioni da ufficio devono garantire semplicità d'uso e, allo stesso tempo, eccellenti funzionalità e prestazioni", ha affermato Mark Nicholson di InfoSource, una delle principali aziende di analisi di mercato. "Con il lancio di Scan Station 100, Kodak soddisfa pienamente tali esigenze e propone al mercato uno scanner di rete ricco di funzionalità e di facile utilizzo".

"KODAK Scan Station 100 è facile da installare e da utilizzare ed è in grado di generare immagini e colori di qualità eccellente anche nel caso dell'acquisizione di documenti rovinati o con testi e immagini di partenza critici. Considerato poi il prezzo estremamente competitivo, siamo quindi convinti che KODAK Scan Station 100 rappresenti la soluzione ideale per aumentare la produttività degli uffici", ha dichiarato Franco Ferrario.

**Numero 4 - 13 marzo 2006**

La soluzione è stata infatti sviluppata per rispondere alle esigenze di tutte quelle organizzazioni in cui vi è un uso intensivo di documentazione cartacea. I settori di utilizzo più indicati sono quelli finanziario, amministrativo, assicurativo, sanitario, dei trasporti, legale e la pubblica amministrazione.

Scan Station 100 è prodotta e sviluppata da Kodak che sta anche acquisendo brevetti per molteplici tecnologie associate a questa soluzione.

**Numero 4 - 13 marzo 2006**

**DON'T SPEAK ENGLISH... PARLATE GLOBISH!**

Un nuovo linguaggio globale tra fantasia e realtà, il globish (contrazione di "global english"), consente a tutti di parlare ed essere compresi in ogni parte del Pianeta. Jean-Paul Nerrière, suo inventore, è autore di un libro, pubblicato a fine 2004 in Francia da Editions Eyrolles, che è stato un vero successo. "Parlate Globish" parte da una constatazione dell'autore, alto dirigente a livello internazionale della IBM, che ha verificato come i suoi colleghi non anglofoni, da Seul a Mosca, utilizzassero un vocabolario limitato e una sintassi standardizzata attraverso cui riuscivano a capirsi meglio tra loro che quando dovevano parlare con un inglese di Oxford o con un americano di Dallas.

Per essere compresi, suggerisce l'autore, evitate l'inglese 'raffinato', le 1.500 parole riportate in appendice del libro sono sufficienti. Ma attenzione, il vocabolario non è tutto: la giusta costruzione delle frasi, anche se semplici, è molto importante. Jean Paul Nerrière insiste: il Globish non pretende di essere una lingua, ma uno strumento di comunicazione, come è importante avere una pronuncia corretta, nello stesso tempo è essenziale decifrare i segni di incomprensione nei comportamenti dei vostri interlocutori e quindi di riformulare le frasi".

Il volume (198 pagine, 19 euro) oltre che in libreria può essere richiesto tramite la segreteria ITER, telefonando al numero 02 2831161 oppure via mail, all'indirizzo [iter@iter.it](mailto:iter@iter.it).