

30 giugno 2011

# Kleis Magazine

web.marketing@kleis.it

IL DISINFORMATICO

## Bavaglio italiano al Web dal 6 luglio?

29 GIU 2011 02:33P.M.

**Muore il Web italiano? Esagerati. Ma è ora di imparare a usare davvero Internet**

Leggo e ricevo vari allarmi su una presunta morte del Web italiano a causa di una delibera dell'Agcom, l'autorità garante delle comunicazioni italiana, a tutela del diritto d'autore su Internet, che darebbe all'Agcom stessa il potere di ordinare l'oscuramento in Italia di qualunque sito o blog accusato di violazione del diritto d'autore. Alessandro Longo, su *L'Espresso*, parla di "diritto arbitrario di oscurare siti senza un processo". Anonymous si è lanciata ieri in un *denial of service* contro il sito dell'Agcom (info su [Oversecurity.net](#)). La vicenda deriva subito sulla politica, con grida di complotto ordito da Berlusconi e Mediaset per sabotare Internet, vista come "minaccia al loro business". Meno politicizzati e più concreti Juan Carlos De Martin (Creative Commons) su *La Stampa* (qui e qui) e *Punto Informatico* (qui e qui).

Sapete bene che quando si tira in ballo la politica italiana mi vengono i conati di repulsione, per cui la faccio breve, come si addice alle incursioni nei postriboli dei bassifondi.

Parliamoci chiaro: questo dell'Agcom, come ogni altro tentativo di imbavagliare la Rete, è destinato a fallire per motivi assolutamente fisiologici. Non ci riescono i cinesi, figuriamoci se ci riusciranno le sciacquette dei burocrati italiani. Buttarla in politica non fa altro che distrarre da questo concetto fondamentale e svilire la questione. Come il DDOS contro Agcom, non fa altro che regalare comode munizioni a chi vuole trasformare in rissa una questione seria e a chi brama di accusare di apologia della pirateria gli onesti che vogliono difendere non solo il diritto d'autore ma anche quello del fruitore.

Sarà facile zittire le iniziative sensate, come il Creative Commons e il *fair use*, etichettandole come pro-pirateria, sovversive, anarco-insurrezionaliste, antiberlusconiane e quant'altro, senza bisogno di dimostrare che lo stato delle cose attuale causi danni ad autori e artisti. Senza fermarsi a chiedere quanta pubblicità gratuita ha avuto Lady Gaga da Internet o come mai, se siamo tutti così pirati, *Avatar* o *Il Signore degli Anelli* incassano miliardi di euro. Verrà dimostrata invece una sola cosa: che i governi non hanno la più pallida idea di come funzioni Internet e sono mentalmente fermi all'Ottocento. Ne pagheranno le conseguenze.

A mio avviso ci sono due modi per far fallire in modo elegante e civile quest'ennesimo giro di giostra. Il primo è sommergere l'Agcom di

segnalazioni di presunte violazioni. Noi siamo in tanti; loro sono in pochi. Basta qualche decina di migliaia di segnalazioni per mandare in tilt il sistema e ricordare a questi asini digitali che stanno cercando di vietare al vento di soffiare e stanno ragionando ancora in termini di piombo in tipografia anziché di bit nella Rete. Qualcuno si ricorda, per esempio, l'obbligo di mandare una copia di ogni pubblicazione agli Archivi Nazionali e tutto il panico che fu diffuso quando parve che l'obbligo si dovesse estendere a ogni sito Web? Appunto.

Il secondo è che è ora di studiare invece di strillare. I vari tentativi di censura e oscuramento funzionano soltanto con chi non sa usare Internet e non ha voglia di imparare a usarla come si deve, però poi si lamenta. La resistenza civile ai tentativi di imporre leggi idiote non passa solo dai canali politici e dalla scheda elettorale: passa dal filo dell'ADSL che abbiamo in casa. L'HADOPI francese non è fallita perché i francesi si sono dedicati al *denial of service* contro i siti delle autorità. È stata ridicolizzata perché gli internauti francesi hanno capito che il *peer-to-peer* è vulnerabile e sono passati ad altri sistemi. È ora di spegnere il teleschermo e di accendere il cervello; di smettere di comprare giornali-spazzatura e diventare tutti *hacker*.

Ah, già, ma stasera c'è la partita su Inediaset Premium Plus Ultra 3D 4x4 Dolby Surround Ritardante per Lui Stimolante per Lei. Non si può rinviare la rivoluzione di qualche ora?

### Publicità: Borg and McEnroe play doubles on YouTube

Scritto da Paolo Attivissimo per il blog Il Disinformatico. Ripubblicabile liberamente se viene inclusa questa dicitura (dettagli). Sono ben accette le donazioni Paypal.

◆ [Questo articolo ha ricevuto 0 commenti](#)

◆ [Leggi tutti i commenti all'articolo](#)

◆ [Invia un commento all'articolo](#) ◆ |

◆ [Aggiornamenti: commenti a questo articolo \(RSS\)](#)

◆ [commenti a questo articolo \(Atom\)](#)

◆ [commenti a tutti gli articoli](#) ◆ |

◆ Segnala, vota, condividi, salva l'articolo tramite: e-mail

◆ Twitter ◆ FaceBook ◆ Wikio

◆ OKNOTizie ◆ FaInformazione

◆ Google Buzz ◆ Digg ◆ Diggita

◆ UpNews ◆ ZicZac ◆ TechNotizie

◆ Segnalo ◆ Altri social network ◆ |

◆ Etichette dell'articolo: [diritto d'autore](#)

DOWNLOADBLOG.IT

## Google+: ecco il nuovo concorrente di Facebook targato Google

29 GIU 2011 09:00A.M.

Dopo aver lanciato Google +1, il simbolo del *plus* diventa improvvisamente ancora più importante per Google: con un post sul proprio blog, l'azienda californiana ha infatti annunciato il progetto chiamato Google+, che possiamo ritenere a tutti gli effetti un social network. Dopo mesi di voci più o meno confermate quindi, arriva il nuovo tentativo messo in opera in quel di Mountain View di andare a scalfire il dominio sul mercato da parte di Facebook, ormai in grado di poter essere ritenuto non più un semplice social network, ma un vero e proprio colosso integrato al web, in grado di influenzare in modo rilevante la condivisione sulla rete e la reperibilità dell'informazione.

Ma andiamo a vedere cosa è questo Google+. Il post sopra citato ce lo presenta con la seguente frase:

“Tra i bisogni fondamentali dell'essere umano c'è sicuramente quello di stringere relazioni con gli altri. Ogni giorno della nostra vita comunichiamo con il prossimo attraverso un sorriso, una risata, una parola sussurrata o un gesto di approvazione.”

Connessioni con i propri amici per l'appunto, e come vedremo condivisione con essi: elementi in grado già da soli di ricordare Facebook. Su Google+ si potranno infatti postare aggiornamenti di stato, immagini e video, ognuno dei quali da condividere con un gruppo di amici ben determinato, in questo caso individuato con la parola *Circle*. Per capire cosa sono tali cerchi, possiamo ricordare come esempio il famoso *cerchio della fiducia* di Robert De Niro con

Ben Stiller nel film *Ti Presento I Miei*: si va da quello dedicato alle persone più strette fino al cerchio più esterno, popolato presumibilmente dai rapporti più larghi. Continuando il paragone con Facebook, i Circles non costituiscono in realtà nulla che con un po' di pazienza non sia già effettuabile in esso: ma Google sembra esserne perfettamente al corrente, visto che quello che viene promesso riguarda la semplicità nella gestione dei cerchi, cosa che effettivamente può venire a mancare ai gruppi di Facebook, soprattutto nel momento in cui il numero di amici va oltre qualche centinaio.

Una funzionalità non presente in Facebook è invece quella che Google chiama *Hangout*: si tratta di chat multiple tra più persone, non solo testuali ma anche dotate di audio e video, con le quali creare così una room completamente privata nella quale discutere e farsi vedere dai propri amici, praticamente quasi come se si fosse al bar. Una novità di sicuro interessante, unita al cosiddetto *Huddle*, un sistema di messaggistica istantanea tra browser desktop e dispositivi mobili, coi quali raggiungere gli amici anche quando ci si trova per strada, magari per organizzarsi in vista di un evento. Sul quando e come, ci sarà tempo: al momento Google indica di essere sul punto di avviare una fase di test, detta *Field Trial*, a cui si può accedere solo su invito.

Qualche considerazione prima di chiudere. Dal recente scandalo Burson-Marsteller, è apparso ormai chiaramente quello che tra Google e Facebook è già da tempo in atto: una guerra aperta, che Google+ porterà nuovamente sul terreno principale con il nuovo tentativo di Google di sfondare la porta del social networking. L'ennesimo tentativo anzi, visto e considerato che i precedenti non hanno avuto la fortuna che si sperava in quel di Mountain View. Il fatto che lo scandalo sopra citato avesse riguardato proprio la funzione dei Circle, accusati da Facebook di essere una minaccia alla privacy, ci dice altro: è la prova di quanto Mark Zuckerberg e i suoi temono Google+, al punto da esporsi in modo così catastrofico dopo l'effetto boomerang.

Dal canto loro, Larry Page e la sua banda dovranno invece dimostrare di essere in grado di andare “oltre Facebook”: non solo con gli Hangout, comunque un'apprezzabile funzionalità, ma offrendo un prodotto in grado di dare un motivo (anzi, anche più di uno) concreto a 750 milioni di persone per cambiare abitudini e modi di operare online, ormai diventati abitudini quotidiane grazie a Facebook: la coesistenza sarà infatti impossibile, ma del resto possiamo ben immaginare che essa sia l'ultima cosa voluta, sia da parte di Google che da parte di Facebook. Vi segnalo infine un'entusiasta prova su strada di TechCrunch e, se avete voglia di leggerlo, il lunghissimo articolo pubblicato su Wired relativo alla genesi di Google+: al suo interno anche una frase attribuita a Shimrit Ben-Yair, product manager del social graph di Google, utile per capire l'obiettivo di Google+. Eccola qui:

“Su Facebook condivido troppo. Su Twitter, troppo poco. Se Google riesce a centrare ciò che c'è nel mezzo, possiamo rivoluzionare l'interazione sociale.”

Google+: ecco il nuovo concorrente di Facebook targato Google è stato pubblicato su [Downloadblog.it](#) alle 09:00 di mercoledì 29 giugno 2011.

◆ Email this ◆ Segnala su Facebook

FRANCESCO GAVELLO - BLOG MARKETING TIPS, WEB & BLOGOSFERA

## Ciò Che Manca a Molte Pagine Fan su Facebook (e che può essere rimediato nel giro di 20 minuti)

29 GIU 2011 06:30A.M.



C'è una cosa che spesso mi lascia interdetto quando mi trovo a sfogliare le pagine fan di tutti quei brand "arrivati". Una di quelle cose che ti fanno pensare: *"Davvero non se ne sono accorti? Davvero non valeva la pena di investire un'ora (forse meno) per rimediare?"*

Sto parlando di tutte quelle piccole imperfezioni che si accumulano durante la vita di una pagina: modifiche, correzioni, tentativi di approccio finiti male che anziché venire processati e valutati per ciò che sono, rimangono invece a dar bella (hem...) mostra di sé a ogni nuovo fan in arrivo.

Con il risultato, alla meno peggio, di abbassare le aspettative degli utenti nei confronti della reattività del brand e di scatenarne una rapidissima fuga nei casi davvero eclatanti.

Spesso si crede che capiti solo ai piccoli, piccolissimi brand poco inclini a spendere budget e monitorare le proprie attività. **Tutt'altro.** Non importa quale sia il tuo scopo, non importa quanto grande sia la tua mole di fan, sembra che prima o poi tutte le pagine finiscano per incappare in almeno alcuni di questi "indici di trascuratezza".

Li vediamo insieme? 😊

### 1. Welcome tab

Ok, per prima cosa la welcome tab. Croce e delizia di tutti i designer

impegnati su Facebook, capita sempre più spesso di trovare infilato nella prima tab che l'utente vede null'altro che una singola immagine contornata da qualche riga di testo inserita sui recenti iFrame alla meno peggio.

Tutto ciò, naturalmente senza:

- Nessun titolo, nessuna gerarchia nei copy presentati
- Nessun richiamo al cliccare sul tasto "Mi Piace" (nessun indicatore o freccia o elemento grafico a supporto)
- Nessun link diretto a zone precise della propria fan page (wall, discussioni, foto)
- Nessun rimando ai metodi alternativi di rimanere in contatto con il brand (sito ufficiale, newsletter, account twitter)

Con il risultato che all'utente non vengono fornite informazioni, benefit né tantomeno strumenti alternativi -che magari conosce e reputa più adatti al suo modo di navigare- per rimanere informato sulle attività del brand.

### Cosa dovresti tenere a mente?

Nella prima tab che l'utente visita quando arriva sulla tua pagina descrivigli il luogo in cui si trova. Spiegali perché quella pagina esiste e quale vantaggio ha nel volerne diventare fan. E poi rispetta queste promesse.

### 2. Bacheca

Se in bacheca il tuo terzo post è di due mesi fa, allora sarò "scarsamente" invogliato a comunicare con te. Nessuno vuole fare da cavia e iniziare a seguire i pochi o nulli aggiornamenti facenti capo a una strategia di comunicazione svogliata e frammentata.

La seconda cosa che farò in bacheca sarà scorrere qualche commento lasciato dal brand ai fan e viceversa. Da ciò dedurrò il tono della comunicazione e l'ambiente al quale tu brand mi stai spingendo a prendere parte. Se ciò non collima, ma anzi evidenzia le discrepanze, con quanto mi promettevi nella welcome tab, allora fuggirò a gambe levate senza voltarmi indietro.

### Cosa dovresti tenere a mente?

Ogni post che pubblichi, ogni commento che lasci in risposta a un post che pubblichi è teoricamente messo sotto ai riflettori di ogni nuovo fan là fuori. Considerati sempre sotto esame, radiografato e studiato da tutti quei fan che vuoi tanto portare a te nel momento in cui dialoghi con la tua nicchia.

### 3. Foto

Se all'interno del tab foto la metà dei titoli recitano "[nome evento] - 2010" o "[novità] - 2010" e siamo a giugno 2011 allora dedurrò che nulla di nuovo o di concreto valore è stato pubblicato dagli amministratori in tempi recenti. Meglio a questo punto far saltare ogni data, o assicurarsi che la temporalità degli album non giochi contro la pagina stessa nel momento in cui tutto ciò che si può sfogliare appartiene a mesi e mesi prima.

### Cosa dovresti tenere a mente?

La tab foto è probabilmente il tab più visitato dopo al tab Info, o perlomeno è quello dove molte persone si aspettano di “sbirciare” dietro le quinte della pagina. Non stanno cercando stock foto del brand o qualche altro catalogo, ma cercano qualcosa di esclusivo e che solo su Facebook dovrebbe trovare espressione. Accontentali.

### 4. Discussioni

Persino la pagina fan di Katy Perry, con 30.000.000 (trenta-milioni-di-fan) ha una tab “Discussioni” con soli 1.600 interventi. E molti di questi non sono neppure così pertinenti quanto si possa pensare.

Mantenere una tab discussioni significa dedicare del tempo -del tempo concreto- nella gestione di vere e proprie discussioni all'interno della tua fan page. Se non sei in grado di sopportare questo investimento rimuovi la tab, nessuno se ne accorgerà, ma accidenti non lasciarmi in bella vista dei contenuti del tutto estranei all'atmosfera che cerchi di costruire.

### Cosa dovresti tenere a mente?

Le tab “Discussioni” sono più un rischio che un vantaggio per la maggior parte dei brand. Hanno poco contenuto anche su pagine altamente popolate, sono un facile raccoglitore di spam e richiedono un sacco di attenzione da parte degli amministratori. Sei davvero pronto?

### 5. Recensioni

Stesso discorso di cui sopra, con la differenza che per fortuna non tutti i brand sono così coraggiosi da dare modo (esplicitamente) ai propri fan di recensire i propri prodotti. Tab vuote, desolate o con pochissime recensioni, soprattutto se comparate al numero di fan, giocano semplicemente contro di te.

### Cosa dovresti tenere a mente?

Fai a meno della tab recensioni a meno che tu non abbia appena lanciato il prodotto più sconvolgentemente apprezzato della storia.

### 6. Eventi

Capiamoci. Se oggi pubblichi un evento e spingi al pieno delle tue forze ciò che a lungo hai organizzato, domani a evento finito la tua tab “Eventi” restituirà un laconico “Nessun evento in programma.”. Sapevi che esiste la sotto voce “Eventi passati”? Immagina quanti utenti possono essere interessati a leggersi pagine e pagine di eventi passati.

### Cosa dovresti tenere a mente?

Nascondi il tab eventi se tutto ciò che può fornire è una (inutile?) lista di eventi ormai conclusi. Assicurati che almeno un evento attivo sia presente se desideri di occupare una voce nel tuo menù di navigazione.

### 7. Link

No, sul serio. Quanti amministratori presentano questa voce a menù senza averla presumibilmente mai cliccata almeno una volta? Spero molti, paradossalmente, perché altrimenti non si spiegherebbe come

alcuni siano ben felici di proporre una pagina dedicata a tutti i link di spam, applicazioni, notifiche e contenuti di dubbio valore (o gusto) sulla loro pagina ufficiale e virtualmente accessibili con estrema facilità alla loro base di fan.

### Cosa dovresti tenere a mente?

Il tab “Link” può facilmente diventare un ricettacolo di spam se non adeguatamente monitorato. Soprattutto se la bacheca stessa non viene adeguatamente monitorata. Visita la tua pagina davvero a fondo in maniera periodica e, nel caso del tab “Link”, fanne tranquillamente a meno.

### È tutto?

Ecco, insomma i principali, ma probabilmente non tutti, aspetti in grado di urlare “pagina vecchia e trascurata” dritto in faccia ai fan.



Hai notato qualcosa, sulle pagine che visiti più di frequente, in grado di suscitarti le mie stesse sensazioni? Qualcosa, come dire: “*Se solo avessero speso quel paio di minuti in più...*”

foto: © dusko – Fotolia.com

Scarica il mio eBook gratuito: “**21 Cose che Dovresti Sapere (riguardo al tuo blog)**”.

(offerta bonus riservata agli iscritti al feed RSS).

Copyright © Francesco Gavello. Puoi ripubblicare i contenuti di questo articolo solo in parte e fornendo un link all'articolo originale. Link al post originale: [Ciò Che Manca a Molte Pagine Fan su Facebook](#) (e che può essere rimediato nel giro di 20 minuti)

◆ [3 comments on this item](#) ◆ [Share on Facebook](#)

◆ [Save to del.icio.us \(1 save\)](#)

VINCOS BLOG

## Ecco Google+ l'anti-Facebook

28 GIU 2011 08:55P.M.

Finalmente dopo mesi di indiscrezioni il gigante di Mountain View ha iniziato a rendere disponibile, ad un gruppo ancora ristretto di utenti, il suo anti-Facebook. Google+, già dal nome, ambisce ad essere non un semplice social network, ma il primo tassello della nuova strategia di Big G sul web. Una strategia che fa sempre leva sul motore di ricerca, ma cercando di unificare tutti i servizi di Google in un unico luogo.

Accedendo a Google+ ci si trova di fronte ad uno Stream di contenuti condivisi dai nostri contatti simile a quello degli altri social network. La particolarità è che l'utente può organizzare questi contatti (presi inizialmente da Gmail e Contacts) semplicemente trascinandoli in Circles (Cerchie di amici legati da una stessa passione, colleghi di lavoro, ecc...)

A questo punto, essendo loggati col proprio account Google, ai potranno condividere news, foto, video, trovati durante la navigazione, utilizzando la toolbar nera (Sandbox) che campeggia nella parte alta dello schermo (già visibile in tutte le property di Google).

Funzione importante di Google+ è "Sparks" (Spunti) una sorta di motore di ricerca speciale o "sharing engine" che permette di inserire un tema d'interesse e ottenere post, video, foto, libri, correlati che si possono conservare in una lista tematica. L'area "Featured interests" permetterà, inoltre, di curiosare tra gli interessi altrui.

Attorno a questi temi si possono intavolare delle conversazioni con specifici Circles sfruttando "Huddle", un'applicazione di messaggistica istantanea funzionante da iPhone, Android e attraverso SMS.

Tali discussioni potranno anche essere trasformate in video chat grazie a "Hangout" (Videoritrovi). La particolarità è che chiunque faccia parte del circolo in cui si è iniziata una chat verrà avvertito e invitato a partecipare. Il sistema pare sia in grado di stabilire chi parla in quel momento in modo da renderlo visibile automaticamente agli altri partecipanti/ascoltatori.

Google+ è già stato pensato per essere fruito facilmente da dispositivi mobili (inizialmente attraverso un app disponibile solo per Android). Facendolo si potrà sfruttare la funzione di auto caricamento delle foto e dei video. Queste saranno istantaneamente disponibili su desktop, ma rese pubbliche solo quando lo si decide.

Al momento mi sembra manchi un'integrazione con i servizi web più usati, in primis Twitter.

E' presto per dire se sarà un successo, ma sicuramente è ha tutti gli elementi per essere una spina nel fianco di Zuckerberg.

[post scritto da ipad quindi senza immagini ed in aggiornamento]

Tweet

Potresti apprezzare:

1. La sfida del futuro: Facebook vs Google
2. Le ricerche diventano social: il Social Search di Google e Bing
3. Google ha acquisito Jaiku

◆ [Email this](#) ◆ [Add to del.icio.us](#)

◆ [Share on Facebook](#)

DOWNLOADBLOG.IT

## Microsoft Office 365 in diretta concorrenza con Google Apps?

28 GIU 2011 05:28P.M.



Office 365 è disponibile da oggi e abbiamo parlato delle prime impressioni del Guardian. Torno sull'argomento perchè c'è tanta carne al fuoco: se Office costituisce il miglior monopolio ottenuto da Microsoft negli anni, regalando un profitto del 60% per ogni copia venduta, Office 365 manterrà questo primato? Riuscirà a contenere la "minaccia" di Google Apps con il proprio cloud?

Questi sono gli interrogativi principali che ci si pone con il lancio del nuovo servizio. Office 365 nasce come alternativa cloud alla popolare suite desktop, estendendone e aggiornandone le funzionalità. La rivalità tra Microsoft e Google per il predominio dei servizi online è già iniziata prima dell'odierno lancio di Office 365: Lunedì notte Google ha pubblicato un post intitolato "365 reasons to consider Google Apps", ovvero le 365 ragioni per considerare Google Apps.

L'obiettivo di Google è quello di minare il monopolio di Microsoft Office, dirottando gli utenti ai propri servizi per ottenerne ulteriore profitto. A contribuire al cambio di rotta di Microsoft (dai servizi desktop tradizionali alla possibilità di utilizzarli anche online) ci sono persone come Tom Conophy: parliamo dello *chief information officer* dell'InterContinental Hotels Group che, all'inizio dell'anno, ha deciso di far passare i propri 25.000 dipendenti da Office e mail Microsoft

alle alternative web offerte da Google. Circa 6.000 dipendenti della compagnia si sono già convertiti a Google con ottimi risultati, permettendo di risparmiare milioni di dollari ogni anno.

Microsoft ha quindi capito la portata della perdita e l'obiettivo è quello di arginarne altre in futuro con una versione cloud della mail, della suite Office, con altri strumenti per la collaborazione tra colleghi. Google non è indifferente alla pressione, tanto che nel post di Lunedì ha deciso di *"voler aiutare gli utenti a fare una scelta informata"*, affermando che *"Office 365 è per gli individui. Apps è invece per i team"* e *"Office 365 è creato per Microsoft. Apps è creato per la scelta"*, partendo dal presupposto che

Office 365 è ottimizzato per i terminali e i PC con Windows, il che riduce la vostra flessibilità. Le nostre applicazioni sono create per lavorare bene su qualsiasi terminale e sistema operativo. Desktop, laptop, Chromebook, tablet, smartphone. Windows, Mac, Linux, Android, Blackberry, iOS, Windows Mobile.

Office 365 è comunque raggiungibile da qualsiasi tablet o smartphone, mentre Google suggerisce sia ottimizzato solo per PC. Microsoft non si è mossa prima perché, secondo gli analisti, ha voluto scommettere sulle offerte e le fasce di prezzo. La compagnia non è ancora certa che la propria strategia funzioni, ma l'idea è quella di correre incontro alla domanda di strumenti su base cloud soprattutto per il mercato business, promettendo risparmi per le compagnie. Un analista di Gartner, Matt Cain, rivela che un fallimento di Microsoft apre completamente le porte a Microsoft, mettendo in pericolo tutto il predominio acquisito da tempo sul franchise Office.

Google intanto commenta l'arrivo di Office 365 come una capitolazione da parte di Microsoft:

Si tratta di un riconoscimento che la nostra attività è reale. Abbiamo aiutato a far muovere l'ago della bilancia nel mercato.

Queste le parole di David Girouard, presidente della divisione enterprise di Google. Gli utenti attivi di Google Apps sono più di 30 milioni, di cui 12 milioni sono studenti e professori che ottengono accesso gratuito alle app. Gli utenti business e legati a corpi governativi pagano 50 dollari l'anno, regalando a Google guadagni per \$269 milioni solo nell'ultimo anno. Secondo Google questo è il momento delle App: sempre più agenzie, organi, uffici e compagnie adottano la soluzione di Google con un rinnovo del 90%.

Riuscirà la soluzione di Microsoft a invertire la tendenza?

[Via The Guardian]

Microsoft Office 365 in diretta concorrenza con Google Apps? è stato pubblicato su Downloadblog.it alle 17:28 di martedì 28 giugno 2011.

◆ Email this ◆ Segnala su Facebook

ONEWEB20

## Web contro Agcom: è guerra

28 GIU 2011 05:02P.M.

È guerra aperta della blogosfera contro l'**Agcom** (L'agenzia delle telecomunicazioni), il cui nuovo regolamento sta per entrare in vigore. Secondo molti, una iattura per il Web e la libertà di espressione.

Secondo le nuove norme che saranno attive dal 6 luglio, per proteggere i dati coperti da **copyright** basterà che i legittimi proprietari segnalino all'autorità garante, la quale potrà **cancellare i file** scavalcando i giudici. Al massimo in sette giorni, moltissimi video e altri contenuti pubblicati dagli internauti potrebbero sparire senza alcun intervento di una terza parte.

Una possibilità che l'avvocato **Fulvio Sarzana**, esperto della materia e da sempre critico nei confronti di questo modello di legislazione che proviene dal lavoro del ministro **Paolo Romani**, definisce inquietante. Tanto che ha realizzato sitononraggiungibile per raccogliere il dibattito e organizzare la protesta.

In un articolo sull'Espresso, **Luca Nicotra**, segretario di Agorà Digitale, spiega che la preoccupazione non sta tanto nella protezione dei file, ma nell'iter, molto veloce che nasconde una potenziale **censura** politica.

"Siamo in un Paese in cui la denuncia per diffamazione è facile ed efficace, per mettere a tacere media. In un sistema politicizzato come il nostro, questo nuovo potere che Agcom potrebbe aggravare il fenomeno. Dalla denuncia per diffamazione all'oscuramento d'Autorità di un sito il passo è breve."

In questo quadro a tinte fosche, non manca chi cerca di capire cosa si potrebbe fare per evitare il peggio, tecnicamente (cambiando i server) oppure legislativamente (ricorrendo al Tar). Ma c'è chi punta dritto contro l'autorità, come **Anonymous**, che pochi giorni dopo aver colpito i siti legati a Silvio Berlusconi, oggi ha dichiarato il suo attacco contro agcom.it, in una nuova Operation Italy. E infatti il sito dell'agenzia non è al momento raggiungibile.

Per aggiornarsi sull'intera vicenda, l'hashtag è #OpItaly.



@gianlucaguarini  
Gianluca Guarini

agicom.it down #opItaly has started!

27 minuti fa via web ☆ Preferiti 🔄 Retweet ↻ Rispondi

◆ Condividi su Facebook ◆ Ricevi via e-mail

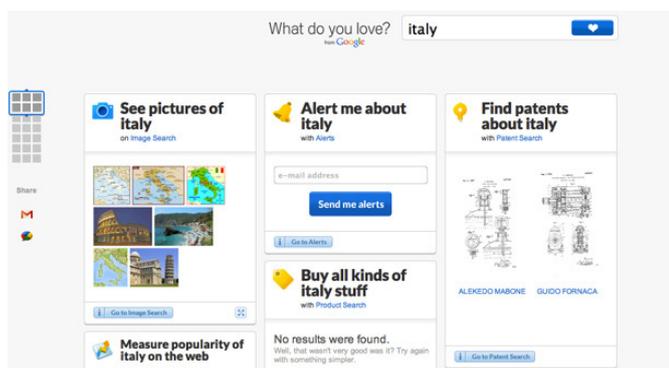
IL POST

## “What do you love?”, il nuovo servizio di Google

28 GIU 2011 12:27P.M.

Google ha da poco messo online un nuovo sito: si chiama “What do you love?” (WDYL.com) e serve al motore di ricerca per mostrare tutte le cose che si possono fare online con i suoi servizi. Per utilizzare il servizio basta inserire una chiave di ricerca, come si fa normalmente su Google, e attendere che la pagina carichi i risultati. Al posto del solito elenco di link verso le pagine web, WDYL propone un elenco dei servizi offerti da Google, suggerendo come possono essere utilizzati in base alla chiave di ricerca inserita.

Se per esempio cerchi “Italy”, il sistema ti propone di guardare una raccolta fotografica dell’Italia attraverso Google Immagini, di inserire un avviso attraverso Google Alert per ricevere aggiornamenti sull’argomento Italia nella tua casella email, misurare la popolarità del termine “Italy” sul Web, inviare un’email a un amico sul tema, trovare libri e video e così via.



Il nuovo sistema non sostituisce certamente il motore di ricerca vero e proprio, ma serve a Google per far conoscere meglio le decine di servizi e applicazioni che offre online e che spesso sono sconosciute a molti utenti. Da tempo Google fatica nel promuovere molte delle funzionalità che offre online, ma al momento il sistema è ancora acerbo e con ricerche particolareggiate restituisce risultati poco pertinenti. WDYL è per ora disponibile solo in inglese e anche questo condiziona la qualità dei risultati in altre lingue, italiano compreso. Il motore di ricerca non ha ancora lanciato ufficialmente il nuovo portale, forse in attesa di sperimentare la reazione degli utenti e apportare alcune migliorie.

SEARCH ADVERTISING BLOG, DI ANDREA CAPPELLO

## Social Media Marketing: un successo per le imprese, anzi no...

28 GIU 2011 11:41A.M.



Analizzando l’ “European Social Media and Email Monitor” 3a parte (ricerca eCircle/Mediacom su un campione di 600 decision marketer anche italiani), il dato più importante relativamente all’adozione dei **social media** è il seguente: **il 44% delle aziende li ha integrati nel proprio marketing mix.**

Ottimo direi, anzi no, forse... vi è un alto numero di organizzazioni che non lo vedono come strumento idoneo per tre motivi essenziali:

- 1. la scarsa capacità di indirizzare in modo mirato i messaggi** soprattutto nel momento del bisogno del consumatore (a differenza del potente e ineguagliato motore di ricerca)
- 2. l'impossibilità di misurare l'impatto delle comunicazioni** (eh sì, quando si va a misurare cadono palchi su palchi su palchi su palchi...)
- 3. la mancanza di conoscenza del mezzo** (e del suo utilizzo sul target)

Tra le mancate strategie che affossano le iniziative di social media marketing (anche supportate da agenzie specializzate o professionisti che si professano tali), e che spesso portano le aziende ad azioni complesse e costose di buzz, viral o content marketing (coi problemi di cui sopra), i più semplici ed efficaci “fondamentali”:

- **il social e-mail marketing**, come la funzione “Condividi” inserita nel messaggio di posta elettronica,
- **la possibilità di raccogliere iscritti nel proprio sistema di CRM/newsletter** attraverso profili e fan page
- **studiare strategie motivazionali che giustificano**

**l'utilizzo dei social** col proprio target (eh si, alla base ci sono sempre iniziative che devono servire a qualcosa e questo qualcosa è migliorare la nostra vita come persone o come shopper quantomeno)

In particolare, lo strumento più utilizzato per l'attività sui social network è la pubblicità tabellare (sempre display è allora), che risulta però poco apprezzata dagli utenti (domanda: perchè, forse ma forse la apprezzano in altri canali o contesti che non siano i motori?) .

Soprattutto quando l'obiettivo dell'azienda non è la brand awareness ma la lead generation o le vendite, i social media sembrano essere meno performanti in termini di ROI rispetto gli altri strumenti fondamentali del search marketing.

Della serie: l'importante è esserci? No: è essere essenziali....

Condividi: 

◆ [Email this](#) ◆ [Technorati Links](#)

◆ [Add a comment](#) ◆ [View CC license](#)

◆ [Save to del.icio.us](#) ◆ [Add to del.icio.us](#)

◆ [Digg This!](#)

DIGITAL PLANNER, DIGITAL MARKETING / VENTURINI

## Tesco: ecommerce via QR per i pendolari

28 GIU 2011 11:23A.M.



**Home plus subway virtual store**

**BACKGROUND**  
In South Korea, Tesco Homeplus has a lower number of stores compared to No.1 company E-mart. However, E-mart is struggling to attract more customers and increase its sales volume and profit. As a result, No.2 company Tesco Homeplus had to overcome the obstacle - a lower number of stores.

**MISSION**  
Could we become No. 1 without increasing the number of stores?

**IDEA**  
Let the store come to people!  
We created virtual stores using QR codes on people's everyday lives. Our first try was subway stations. Although virtual, the displays were exactly the same as actual stores. From the display to merchandise, only one thing was different, people use smart phones to shop.

**This is how it works.**

- You scan the QR code of product with your phone.
- The product automatically lands in your online cart.
- When the online purchase is done, it is delivered to your door right after you get home.

**RESULT**  
People who shop at Tesco Homeplus whenever they go, are having to visit the actual store. Moreover, they could change their waiting time to shopping time. After this campaign, online sales increased dramatically. 15,000 customers visited the virtual Homeplus mall using smartphones. The number of new registered members rose by 70%, and sales increased 1.5%. Currently, Homeplus has become No.1 in the market and is a very close 2nd effort.

Molto probabilmente (per via di Cannes) questa l'avete già vista da qualche parte, ma dato che mi sembra un'idea intelligente la ripropongo e la commento anch'io.

Tesco ha costituito in partnership con Samsung una catena distributiva ("fisica") in Korea, chiamata Homeplus.

Con l'obiettivo di allargare la portata del commercio, dal limitato mondo fisico del punto vendita ad un mondo più ampio, fatto di tempi diversi, di ubiquità dei luoghi, si sono inventati... un poster.

Anzi, un posterissimo.

L'idea è quella di una evoluzione o forse integrazione dell'ecommerce. Solo che invece di esplorare un catalogo online (attività on demand, diciamo pull), l'azienda arriva al possibile cliente in modalità push, attiva. Aggredendolo nel suo quotidiano commuting, lontano dal classico negozio.

Attraverso un posterone piazzato in metropolitana e in cui i prodotti sono esposti con ben altro splendore che le misere giffettine del portale di e-comm, specialmente se pensiamo a raggiungere questi pendolari attraverso un portalino mobile di commerce sullo schermino del telefonino (sono stato sufficientemente riduttivo?).

Praticamente un lineare del supermercato messo in metropolitana.

Con tutte le ovvie conseguenze in termini di generazione di interesse,

appeal, desiderio... e proponendoci prodotti che non necessariamente sappiamo di necessitare; di cui magari in un e-commerce ci potremmo dimenticare... insomma, nel più classico modello del catalogo (cataloghino, dai) per corrispondenza.

O potremmo vederlo come il volantino del supermercato che invece di cadere nella cassetta della posta atterra sul nostro percorso in metropolitana in modo impossibile da evitare, o quasi. Spalmato su un poster e integrato con una mobilità internettiana.

I prodotti pubblicizzati sono infatti accessibili facilmente attraverso un cellulare ed il solito QR code (in attesa di passare tutti all'NFC?), che scatena tutti i processi necessari e sufficienti per diventare proprietari dell'oggetto del desiderio. E poi in giornata ce lo consegnano a casa.

Ora, è evidente che si tratta di un'operazione promozionale/pubblicitaria; che non si può tenere il negozio virtuale per sempre in metropolitana, per gli elevati costi e altri fattori. I risultati però sembrano essere buoni ed è da vedere se questa operazione si trasformerà in una fidelizzazione all'e-commerce "tradizionale" di Home Plus da parte dei Koreani.

I risultati "ufficiali": Results and Effectiveness:

People could encounter TESCO HOMEPLUS wherever they go without having to visit the actual store. It was an efficient way to shop so people could enjoy their free time. After this campaign, on-line sales increased tremendously (Nov.2010-Jan.2011). Through this campaign, 10,287 consumers visited the online HOMEPLUS mall using smartphones. The number of new registered members rose by 76%, and on-line sales increased 130%. Currently, HOMEPLUS is No.1 in the on-line market and is a very close 2nd offline.

Per ulteriori chiarimenti, l'ormai immancabile video.

L'operazione ha vinto anche un Grand Prix a Cannes

<http://www.campaignlive.co.uk/news/1076189/Manning-Gottlieb-OMD-PHD-scoop-Gold-Media-Lions/> ma anche

<http://www.canneslions.com/work/media/>

Un approfondimento, qui:

<http://www.telegraph.co.uk/technology/mobile-phones/8601147/Tesco-builds-virtual-shops-for-Korean-commuters.html>

[Branding & Marketing Blog / Venturini]

ANDROID PLANET

## Archos 80 G9 e 101 G9: I tablet Android economici

28 GIU 2011 11:18A.M.



x

**Archos 80 G9 e 101 G9** sono i nuovi tablet dotati del sistema operativo **Android** che arriveranno sul mercato italiano a Settembre a un costo di 259 e 299€.

Tali Tablet sono definiti economici e rientrano nella fascia bassa, considerando che i costi non sono alti, questo per permettere a tutti gli utenti di avvicinarsi al mondo di **Android**. **Archos 80 G9** dispone di uno schermo da 8 pollici con risoluzione di 1024 x 768 pixel, a differenza di quello del **101 G9** da 10.1 pollici con risoluzione di 1280 x 800 pixel.

Per quanto riguarda la memoria, si parla di 16 GB, con possibilità di averne 250Gb sul modello 10.1 pollici ad un costo di 399 dollari. Parlando di prestazioni, entrambi montano un processore **ARM Cortex A9 dual core** con frequenza operativa di 1,5 GHz, per la connettività troviamo il Wi-Fi b/g/n, Bluetooth 2.1, uscita video HDMI e porta USB 2.0 standard.

Alla porta USB è possibile collegare una chiavetta venduta separatamente al costo di 50 euro per il collegamento al Web attraverso la connettività 3G HSDPA.

DOWNLOADBLOG.IT

## MySpace: nuovi licenziamenti in vista?

28 GIU 2011 11:00A.M.



L'interminabile spirale di crisi dalla quale MySpace non sembra proprio essere in grado di uscire potrebbe trovare a breve un nuovo, triste epilogo: il licenziamento di altri 150 dipendenti dei 450 attualmente al lavoro presso la piattaforma, cosa che potrebbe addirittura avvenire in tempi brevissimi domani. Lo riporta TechCrunch, dove si parla addirittura di un piano per ridurre il personale di almeno 150 persone, ma la cifra potrebbe sensibilmente aumentare.

Le intenzioni di MySpace sarebbero infatti quelle di fare in modo che alcuni impiegati possano continuare a lavorare per alcune settimane, continuando a riscuotere il loro stipendio ma cercandosi di fatto un nuovo lavoro contemporaneamente. La crisi del social network di proprietà di News Corp. non è di sicuro una novità, visto che di licenziamenti si è parlato anche nel 2009, mentre anche gli iscritti hanno inesorabilmente iniziato ad abbandonare la barca, per un totale di 22 milioni persi in un anno.

Quale a questo punto possa essere il futuro di MySpace ci è difficile dirlo: l'impressione è che la nave stia imbarcando sempre più acqua e non ci sia più nessuno con la volontà di salvarla.

MySpace: nuovi licenziamenti in vista? è stato pubblicato su Downloadblog.it alle 11:00 di martedì 28 giugno 2011.

◆ [Email this](#) ◆ [Segnala su Facebook](#)

DOWNLOADBLOG.IT

## Folder Marker: cambiare colore alle cartelle in base alla loro importanza

28 GIU 2011 09:00A.M.



Se il vostro desktop assomiglia a quello del sottoscritto, probabilmente anche per voi trovare un file appena scaricato per una rapida consultazione è una vera e propria impresa. Non ne parliamo poi nel caso in cui ci si ritrova a dover cercare un documento in una cartella, roba da chiamare l'unità cineofila per far svolgere le ricerche. Non sarà la soluzione completa al nostro disordine, ma Folder Marker è sicuramente un software (solo per Windows) in grado di aiutare a distrarci tra il caos delle directory presenti sul nostro computer.

Il programma permette infatti di dare un colore diverso alle cartelle che si trovano su disco, assegnando a ognuno di questi un livello d'importanza diverso, come potete vedere nell'immagine qui sopra: possiamo quindi contrassegnare con il rosso la directory contenente tutti i documenti importanti, e così via, facendo in modo che le cartelle e i loro colori saltino immediatamente all'attenzione del nostro occhio per una rapida apertura.

Folder Marker è disponibile in versione Free (viene chiesto il pagamento tramite tweet di diffusione), in versione Home attraverso TrialPay, servizio di e-commerce alternativo con il quale viene chiesto di "pagare" provando un prodotto di un'azienda partner, oppure tramite versamento di 34,95\$ per la versione Pro. Per un uso casalingo può andare benissimo la prima, comunque sia per le differenze vi rimando all'apposita pagina sul sito ufficiale.

Via | [Twitter](#)

Folder Marker: cambiare colore alle cartelle in base alla loro importanza è stato pubblicato su Downloadblog.it alle 09:00 di martedì 28 giugno 2011.

◆ [Email this](#) ◆ [Segnala su Facebook](#)

ONEWEB20

## ePart: il social network per migliorare la città

27 GIU 2011 10:00P.M.

L'amministrazione della cosa pubblica è sempre più orientata dai social network. A **Udine** l'esperimento sta andando a gonfie vele: il problema viene segnalato e il comune provvede.

L'applicazione ePart è stata realizzata a Reggio Calabria, ma la prima città ad aver creduto alla **cittadinanza 2.0** è Udine, che ha messo a disposizione dei suoi cittadini un servizio Web per segnalare problemi con un clic: un cartello stradale mancante, un lampione rotto, un rifiuto abbandonato.

I risultati, in otto mesi, sono molto soddisfacenti e non poteva essere altrimenti: nessun comune, neppure il più organizzato, potrà mai sostituire la capacità di osservazione di tutti i suoi cittadini. Udine ha 3.500 vigili urbani, mentre grazie all'applicazione è come se gli occhi fossero quelli di tutti e centomila i suoi abitanti.

Così, mettendo in rete le loro osservazioni, anche fare il sindaco è più facile.

Il social network della **e-partecipation** si basa sugli stessi principi di quelli più famosi: iscrizione, condivisione, e c'è persino una piccola classifica dei cittadini più collaborativi. Naturalmente l'applicazione è particolarmente adatta nella versione mobile per smartphone: si vede qualcosa che non va, si tira fuori il cellulare e si segnala subito, magari postando pure un'immagine.

È molto probabile che altre amministrazioni tenteranno una soluzione simile (il software viene venduto in abbonamento a seconda del numero di abitanti della città: dai tremila euro per 10 mila persone ai sessantamila per una città di 400mila abitanti). Ma devono avere fiducia in sé stesse: il **social network**, infatti, non permette solo di segnalare un problema, ma anche di notare se il comune è riuscito a risolverlo. In caso contrario, ci farebbe una pessima figura.

◆ [Condividi su Facebook](#) ◆ [Ricevi via e-mail](#)

IPAD ITALIA - IL BLOG ITALIANO SULL'APPLE IPAD 2 E IPAD

## Arriva Fring, l'applicazione per le video chiamate di gruppo su iPad

27 GIU 2011 07:42P.M.

Finalmente l'applicazione Fring si aggiorna e diventa compatibile con iPad. Stiamo parlando di uno dei migliori programmi di Instant Messaging, che consente anche di effettuare le videochiamate di gruppo.



Fring consente di ottenere il massimo dalle videochiamate con gruppi di massimo 4 persone! Le videochiamate fring sono di qualità superiore grazie alla tecnologia DVQ™ di fring.

Caratteristiche dell'applicazione:

- Videochiamate di gruppo gratuite tramite connessione internet
- Chiamate GRATIS a altri utenti di fring in tutto il mondo
- Chat dal vivo GRATIS (

Un modo completamente gratuito di fare videochiamate con tutti i tuoi amici contemporaneamente! Comincia un Video di Gruppo con amici su iPhone/iPod/iPad o telefoni Android. Fino a 4 persone possono partecipare a una videochiamata di gruppo, ritrovarsi, riunirsi, cantare, ballare o fare qualunque cosa siate abituati a fare quando vi incontrate. 4 amici su uno schermo – è veramente divertente!



La tecnologia per videochiamata DVQ™ (Dynamic Video Quality – Qualità Video Dinamica) di fring ti offre la qualità video e audio migliore possibile regolando automaticamente e continuamente la qualità della tua videochiamata per adattarla alla qualità del collegamento.



Se hai amici che non sono ancora su fring, puoi comprare credito di fringOut (per mezzo di iTunes) e chiamare qualsiasi numero di telefono fisso o cellulare in tutto il mondo per un basso prezzo.

Prezzi a partire da meno di 1 c/min (US). Chiama...

- Canada 0.7c/min
- USA 0.9c/min
- UK 1.0 c/min
- India 1.2c/min

Naturalmente, le chiamate a altri utenti di fring sono sempre gratuite!

Fring è disponibile gratuitamente su App Store.

 Mandalo via e-mail



IL POST

## L'Agcom potrà cancellare i file dai siti web

27 GIU 2011 06:21P.M.

L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (Agcom) sta per approvare un nuovo regolamento sulla materia dei contenuti pubblicati online che violano il diritto d'autore. Le nuove regole stabiliscono che l'Autorità stessa potrà rimuovere questi contenuti dai server italiani senza dover passare attraverso la magistratura, riducendo così al minimo le possibilità di difendersi e tutelarsi per chi ha pubblicato quei materiali, come spiega oggi sulla Stampa Juan Carlos de Martin, docente al Politecnico di Torino di Ingegneria dell'Informazione.

Ameno di un cambio di direzione dell'ultimo minuto, l'Italia si appresta a mostrare al mondo come un grande Paese democratico possa distrarsi al punto da permettere a un'autorità amministrativa, invece che a un giudice, di decidere cosa è lecito pubblicare.

Secondo i resoconti di un recente incontro a Roma tra alcuni esponenti della società civile e il presidente dell'Agcom Corrado Calabrò, infatti, l'Autorità si accinge a varare un provvedimento che si preannuncia a dir poco controverso. In base alle linee guida pubblicate dall'Autorità in occasione di una consultazione pubblica tenutasi a inizio anno, l'Agcom vorrebbe istituire una procedura veloce e puramente amministrativa di rimozione di contenuti online considerati in violazione della legge sul diritto d'autore. L'Autorità potrebbe sia irrogare sanzioni pecuniarie molto ingenti a chi non eseguisse gli ordini di rimozione, sia ordinare agli Internet Service Provider di filtrare determinati siti web in modo da renderli irraggiungibili dall'Italia. Il tutto senza alcun coinvolgimento del sistema giudiziario.

Anche ammettendo che l'Agcom abbia tali poteri sanzionatori su questa specifica materia – e ci sono esperti che lo dubitano – e trascurando per il momento gli aspetti pratici (è in grado l'Agcom di gestire potenzialmente migliaia di richieste di intervento?), concentriamoci sulla modalità – amministrativa invece che giudiziaria. Perché il passaggio da un giudice, in pieno contraddittorio e con tutte le garanzie del caso, è indispensabile? Perché se alcuni casi di violazione del diritto d'autore sono relativamente semplici da determinare, la liceità o meno della pubblicazione di un contenuto genera spesso considerevoli dubbi anche agli esperti della materia. Il diritto d'autore, infatti, è di una complessità a volte notevole, come è possibile riscontrare, per esempio, quanto si cerchi di determinare con certezza se una certa opera è o non è nel pubblico dominio in un dato Paese. Inoltre, anche contenuti protetti dal copyright possono

essere utilizzati, con dei limiti, per critica, discussione, insegnamento, ricerca, eccetera. E' davvero concepibile che possa essere un organo amministrativo, per di più con tempi molto stretti, a decidere, per esempio, se un cittadino possa pubblicare o meno sul suo blog l'estratto di una trasmissione di informazione televisiva per finalità di discussione?

*continua a leggere sul sito della Stampa*

ONEPENSOURCE

## Firefox 5 supportato solo fino all'arrivo di Firefox 6: scoppia la polemica

27 GIU 2011 04:00P.M.

L'arrivo di Firefox 5, pur rispettando le promesse di **Mozilla**, ha acceso diverse polemiche sia sul versante delle funzionalità introdotte, sia su quello del supporto alle vecchie versioni del browser.

Anche accettando il ridotto numero di novità che compongono il changelog di **Firefox 5**, infatti, molti utenti e esponenti della comunità si stanno interrogando sull'utilità della **nuova numerazione** dei rilasci e soprattutto sulla decisione di ridurre la durata del **supporto di sicurezza** per le vecchie versioni del browser.

Con Firefox 3.5 ormai fuori supporto, le versioni 3.6 e 5 sono le uniche attualmente supportate: l'arrivo di quest'ultima, infatti, ha automaticamente **terminato il supporto a Firefox 4**; entro qualche settimana, inoltre, anche **Firefox 3.6** verrà ufficialmente abbandonato.

Se le conseguenze sulla **compatibilità estensioni** possono essere mitigate dall'adozione delle API stabili di Mozilla e dall'utilizzo dell'Addon SDK, le implicazioni in ambito aziendale si prospettano tragiche: ben poche aziende (soprattutto quelle con un elevato numero di dipendenti) possono permettersi aggiornamenti di questo genere ogni sedici settimane.

A complicare la situazione ci ha pensato Asa Dotzler, Product Manager di Firefox:

Un minuto speso per rendere felice un utente dell'ambito enterprise può essere impiegato in maniera migliore dedicandosi agli utenti normali. Preferisco che Mozilla impieghi le sue ridotte risorse per dedicarsi ai semplici utenti piuttosto che impegnarsi nei confronti di persone già coperte da supporti enterprise.

L'unica soluzione che potrebbe accontentare entrambi i fronti potrebbe essere rappresentata dall'introduzione, parallela al nuovo ciclo di sviluppo, di una **versione long term support** di Firefox con meccanismi simili a quelli adottati da Ubuntu e da Linux.

Voi da che parte state? Credete che applicazioni Web scritte seguendo gli standard più diffusi non abbiano nulla da temere da aggiornamenti frequenti o pensate che la corsa al numero di versione non porti da nessuna parte?

◆ [Condividi su Facebook](#) ◆ [Ricevi via e-mail](#)

TARIFFE

## Copyright online, la rete contro la delibera dell'AGCOM

27 GIU 2011 03:49P.M.

Il 6 luglio l'**AGCOM** varerà ufficialmente la **delibera sul Copyright** che tanto ha fatto discutere nei mesi scorsi. Riassumendo, questa delibera, se approvata con questa forma, consentirà di **bloccare o addirittura cancellare i siti internet** sospettati di violare i diritti d'autore. Siti internet, bene specificarlo, di qualsiasi natura e dunque non solo quelli amatoriali o di parte, ma anche veri e propri siti ufficiali. In questi mesi c'è stato un grande lavoro di mediazione tra le parti per cercare di trovare una soluzione, ma ora l'**AGCOM** vuole chiudere velocemente la partita probabilmente spinto da pressioni politiche.

Dunque cosa c'è che esattamente non va in questa delibera, se approvata in questa forma? Che l'**AGCOM** diventerebbe una sorta di gendarme. Se per esempio un sito colpevole di una presunta violazione di **copyright** non dovesse rimuovere entro 48 ore dalla richiesta tutti i contenuti incriminati, l'**AGCOM** potrà procedere immediatamente con un rapido contraddittorio della durata di 5 giorni. Se anche in questo caso i contenuti non venissero rimossi, l'**AGCOM** potrà chiudere o bloccare immediatamente il sito.

Ovviamente il popolo della rete e le associazioni dei consumatori sono tutti contrari a questa delibera che vedono come una sorta di censura della libertà di espressione. Dalla parte dell'**AGCOM** si schierano invece per esempio l'America e FIMI-Confindustria che vedono questa delibera come una giusta mossa per colpire la pirateria online e difendere i materiali protetti da copyright...

Una situazione molto complicata che da oggi sino al 6 luglio potrebbe riservare nuovi colpi di scena.

Tuttavia se la **delibera** fosse davvero approvata così, dal 6 luglio cosa succederebbe in Italia? E' difficile da prevedere esattamente, ma stando a molti analisti, sicuramente scatterebbero immediatamente migliaia di denunce creando un vero e proprio caos. Ma in questo caos, riuscirà l'**AGCOM** davvero a gestire una situazione simile o deciderà con approssimazione della sorte di migliaia di siti Web generando malcontenti e proteste? Lo sapremo forse dal 6 luglio.

◆ [Condividi su Facebook](#) ◆ [Ricevi via e-mail](#)

MEETING DELLE IDEE

## ‘Markettari tecnologici’ oppure ‘Tecnologi markettari’...?

27 GIU 2011 03:18P.M.

Il Marketing oggi è sempre più Tecnologia, e questa evoluzione lo rende sempre più complesso e difficile da gestire a livello aziendale – in altre parole, del tutto incomprensibile ai non specialisti (Amministratori Delegati e via dicendo), abbastanza incomprensibile agli addetti ai lavori (...cari Direttori Marketing/Vendite...).

Sia ben chiaro, non è certo mia intenzione denigrare la categoria degli amici Markettari, ma guardiamoci intensamente nelle palle degli occhi: fino a pochissimo tempo fa si parlava di segmentazioni, di iniziative e campagne, di target, ecc.; oggi si parla di DEM, di AdWords, di Click-through, ecc.

Non si tratta solo del classico aggiornamento periodico del vocabolario professionale, il Marketing “Digital” presuppone la dettagliata conoscenza dei Social-networks (FaceBook, Twitter, YouTube, ecc.), del Web (http, cookies, security, ecc.) e del Mobile (App & AppStore, RIM, iOS, WP7, Android, ecc.)

Piccolo test: quanti amici “markettari” sono in grado di elencare con sicurezza le principali differenze tra un App Mobile nativa e una Web-app ?

Se la disciplina (il Marketing) evolve, devono parimenti evolvere anche le competenze ed i ruoli. I professionisti del Marketing (cari autorevoli Direttori Marketing/Vendite, mi sto rivolgendo proprio a voi !) devono necessariamente trasformarsi:

- da figure che il Marketing se lo fanno e se lo gestiscono a tutto-tondo (come sostanzialmente è avvenuto finora)
- a figure che il Marketing lo coordinano a livello medio/alto, coinvolgendo e guidando (laddove serve) i numerosi esperti di tecnologie

Serve organizzare una campagna-email ? Si cerca l'esperto di DEM, dotato della piattaforma tecnologica che fa al caso nostro. Vogliamo creare una Mobile App ? Coinvolgiamo un esperto di iOS (per i dispositivi Apple), uno specialista di Android (per gli smartphone e le tavolette che utilizzano questo sistema operativo) ed un guru della tecnologia Microsoft (Windows Phone 7, ma che conosca anche Mango).

Della specializzazione – viste le complessità in gioco – non se ne può più fare a meno, mettiamocelo in testa...

Il Marketing *technology-driven* obbliga quindi:

- i Markettari ad imparare di tecnologie
- i Tecnologi ad imparare di Marketing

...se non altro per riuscire a capirsi vicendevolmente...

Cosa ne pensate ? Mi piacerebbe ricevere qualche commento un po' sopra le righe...!

Andy Cavallini (andy.cavallini@tin.it)



Commenti: 1

Tweet it!

LUCA DE BIASE

## La superiorità dell'aperto

27 GIU 2011 02:43P.M.

*Questo è un insieme di appunti nato da una discussione letta online su web, apps ed editoria.*

Massimo ha ragione. In generale vincono i sistemi che sviluppano un effetto-rete e in generale i sistemi che sviluppano un effetto-rete sono aperti. Perché una tecnologia o un servizio che funziona in rete vale geometricamente di più man mano che crescono i suoi nodi. Un sistema del tutto privato e che sia usato completamente secondo le regole del suo proprietario genera probabilmente un ecosistema meno ricco, in termini di sviluppatori e utenti, di una tecnologia aperta della quale tutti si sentono fondamentalmente proprietari. Questo dipende dal fatto che il monopolista privato è tentato di concentrare il vantaggio su di sé. Ma la regola non è priva di eccezioni.

Windows è stato per anni uno standard di fatto, proprietario e chiuso quanto bastava per massimizzare il vantaggio della Microsoft. Non è stato mai battuto direttamente. Casomai aggirato dalle funzioni di sistema operativo che si sono sviluppate sul web le cui regole e la cui proprietà sono decisamente uno standard pubblico. Sul web si possono pubblicare oggetti chiusi e oggetti aperti. Il loro successo è funzione degli obiettivi di chi li propone.

Facebook è una piattaforma chiusa e proprietaria che è nata grazie all'apertura del web e che ha chiuso nel suo recinto una quantità di applicazioni e comportamenti tale che AllThingsDigital dice che la rete si espande solo per via di Facebook mentre per il resto si restringe. Può essere un'altra bufala come quella di Wired che sosteneva che le apps stavano superando il web. Oppure può essere una nuova fase di proprietarizzazione della tecnologia, tipo Windows. Del resto, Google coltiva la sua grande forza sulla base dell'apertura

del web ma è accusata di chiuderne una parte con una grande quantità di piccole mosse. E la Apple ritaglia una parte del web per creare un suo mondo a parte, come ha sempre fatto: in cambio di un grande vantaggio in termini di valore d'uso riduce un po' di gradi di libertà per gli utenti della rete. Anche queste soluzioni possono vincere o perdere. E la concorrenza tra aperto e chiuso continua.

Quello che conta non è tanto valutare quanto sia chiusa una particolare soluzione, ma quanto sia aperto l'ambiente nel quale tutte le soluzioni, più o meno chiuse, si confrontano. Perché solo l'apertura fondamentale dell'internet consente di pensare che per ogni tecnologia chiusa possa sempre nascere un'alternativa aperta che diminuisca la tentazione del monopolista di approfittare troppo del suo vantaggio.

Nel caso delle apps per leggere le notizie, l'eccesso di chiusura di Apple ha ridato fiato al concetto di webapp al quale gli editori come il Financial Times stanno dando finalmente importanza. E non a caso la Apple ha ridotto le sue pretese proprio dopo l'annuncio dell'Ft di andare avanti con la webapp.

Che cosa sono le apps per leggere i giornali? Modi per organizzare la lettura in modo adatto allo strumento che si ha in mano. Sul web in ufficio si va di fretta, sul cellulare ancora di più, sul tablet si può passare un po' più di tempo per leggere comodamente. Il design ne tira le conseguenze. Ma le app sono software nient'altro. Non sono necessariamente apps per Apple o Google. E possono a loro volta essere aperte come il browser e il web. Che queste sperimentazioni non abbiano ancora generato grandi cambiamenti nelle percentuali di utenti che leggono i giornali, come segnalano Giornalaio, Massimo e Quinta, è del tutto probabile ed era del tutto prevedibile. Ma anche qui: se le webapps aperte vinceranno sarà perché i sistemi proprietari si saranno comportati in modo svantaggioso per i loro utenti e per gli sviluppatori.

La chiusura della Apple ha aperto la strada a una nuova tecnologia, o meglio ha portato a una tecnologia che molta gente ha pensato di comprare. Una volta cresciuta la base installata e aumentata la quantità di concorrenti che fanno tablet si è anche moltiplicata la quantità di sistemi operativi. Il browser è restato l'elemento unificante sul quale gli sviluppatori possono investire minimizzando lo sforzo. Anche gli editori possono pensare di seguire questa strategia e fare webapps.

Il tema non è contrapporre web e apps. E non è calcolare quanti usano le apps. Il tema è fare servizi che vadano prima a vantaggio di chi li usa poi di chi li fabbrica. Imho.

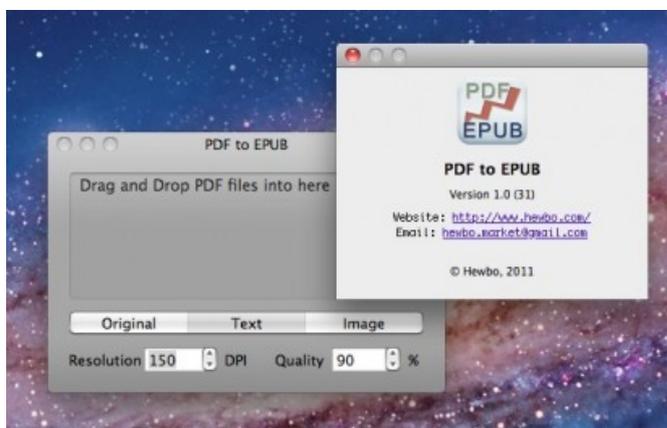
IPAD ITALIA - IL BLOG ITALIANO SULL'APPLE IPAD 2 E IPAD

## PDF-to-EPUB, convertire i files PDF per una lettura più confortevole con iBook

### [Recensione iPadItalia]

26 GIU 2011 06:18P.M.

Oggi vogliamo concentrarci su una funzione di iPad di cui si parla forse troppo poco, ovvero il suo essere un ottimo lettore di e-book. Proprio per questa funzione potrebbe tornarci utile convertire dei files da PDF in EPUB, il formato supportato da iBook. L'applicazione **PDF-to-EPUB** ci aiuta proprio in questa conversione; vediamo insieme come si comporta.



L'applicazione è di una semplicità disarmante: prendiamo il nostro file PDF, lo trasciamo sulla finestra principale ed automaticamente inizia la conversione, invero piuttosto rapida anche per files di grosse dimensioni (non siamo mai andati oltre il minuto di attesa). Anche le impostazioni sono semplici e di immediato utilizzo; l'app ci permette di scegliere la risoluzione che preferiamo (espressa in DPI), la qualità della conversione rispetto al file di partenza (JPEG) e poi tre tipi differenti di conversione:

**Original:** serve per convertire in modo il più possibile simile all'originale il nostro PDF, mantenendo testo, layout, eventuali immagini ed hyperlink;

**Text:** converte in formato EPUB solo la componente di testo del nostro PDF;

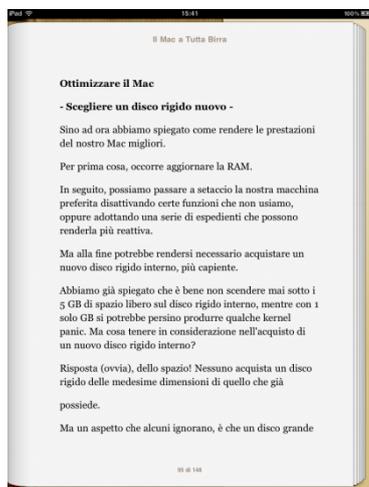
**Image:** converte il PDF in immagini jpg utilizzando una pagina per ogni singola immagine;

#### La nostra prova

Per testare l'app abbiamo utilizzato diversi tipi di file PDF ed i risultati sono stati anche molto diversi.

**Partiamo dai PDF "migliori"** ovvero da quelli che sono dei veri e propri e-book ma disponibili non in formato EPUB. Per questo primo test abbiamo scelto una serie di manuali disponibili gratuitamente su Buy Different relativi alla manutenzione del Mac. La qualità di questi files è già buona in partenza e di conseguenza anche la conversione dà risultati più che accettabili. Intendiamoci, l'impaginazione non è perfetta ma è sicuramente compatibile con una lettura confortevole e

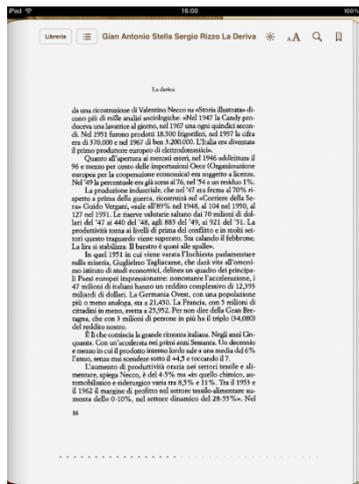
soprattutto davvero molto migliore rispetto alla lettura di un PDF su iBook; **unico grosso difetto** che dobbiamo segnalare è la completa scompaginazione dell'indice che di fatto risulta inutile, con una suddivisione che sembra messa a caso.



Abbiamo quindi provato con **un fumetto**. In questo caso la scelta è caduta su un **Alan Ford del 1972** (scaricato con un file *torrent* da chi scrive e prontamente cancellato dopo la prova). La cancellazione del file una volta effettuato il test non è dovuta solamente ad un rigurgito di legalità ma anche all'impossibilità di leggersi il fumetto; la conversione infatti ci ha restituito pagine troppo piccole che di fatto rendevano la lettura molto faticosa fin dalle primissime vignette.



Ultima prova: **libro e scanner**. Per questo ultimo test abbiamo acquisito l'immagine di qualche pagina del libro *La Deriva* (S. Rizzo e G.A. Stella) mediante uno scanner non professionale e salvato la scansione come file PDF grazie ad Anteprema. Ebbene, anche in questo caso il risultato è stato decisamente pessimo. Pessima risoluzione, lettere "sbavate" ma soprattutto dimensioni del font non modificabili; in una parola: illeggibile.



**In conclusione**

Cominciamo col dire che, a nostro giudizio, iPad 2 è un egregio *e-book reader* e anche grazie a questa prova ci siamo convinti che la mancanza dell'*e-ink* è un problema probabilmente solo per chi deve dedicare giornalmente molte ore alla lettura (ma quanti sono davvero questi lettori così voraci?). Leggere su iPad non stanca gli occhi, semmai stanca prima polsi e braccia a causa del suo peso. Dunque poter disporre di una libreria di testi in formato EPUB è importante e ci permette di sfruttare al meglio anche iBook e questa magnifica funzione del nostro iPad.

**PDF-to-EPUB** funziona bene e ci è piaciuta in quanto semplicissima ed immediata. Purtroppo il difetto dell'indice si è ripetuto su tutti i PDF che abbiamo testato, ma è sicuramente accettabile se confrontato alla scomodità di leggere un *file* in PDF.

Per il resto l'abbiamo detto e lo ribadiamo: se la vostra intenzione è quella di scaricare *files* illegali per convertirli e leggerli con iBook questa applicazione ci deluderà: a nostro avviso non è un caso infatti che gli unici *files* per cui la conversione meritava di essere fatta sono quelli ottenuti legalmente e poi convertiti.

In definitiva questa app è una buona soluzione per chi ha una libreria di voluminosi *files* PDF che, così come sono, risultano poco utilizzabili. Certo, sappiamo bene che esistono altre app ed altri sistemi (anche gratuiti) in grado di fare lo stesso lavoro, **ma PDF-to-EPUB ha certamente dalla sua una estrema semplicità di utilizzo.**

Se siete interessati, l'applicazione è disponibile su Mac App Store a **11,99 euro**; pesa 3,5 MB, richiede OS X 10.6 o successive ed è localizzata in inglese. Segnaliamo infine la possibilità di scaricare dal sito degli sviluppatori **una versione gratuita di prova.**

Mandalo via e-mail

SEGNALIBRO

TARIFFE

## Le email e gli italiani, un amore infinito

24 GIU 2011 04:01P.M.

Anche se l'Italia non brilla nell'uso di **internet** e dei servizi di nuova generazione, almeno una cosa è certa: agli **italiani** piace molto utilizzare l'**email**. Anzi usare la **posta elettronica** è diventato per molti un qualcosa di quotidiano che fa parte del nostro modo di comunicare sia con gli amici che per lavoro. Insomma l'**email** è diventata oramai parte integrante della nostra vita. Questo particolare amore per la corrispondenza elettronica emerge da una ricerca condotta da MagNews in collaborazione con Nielsen denominata "Email Marketing Trends 2011".

I dati che emergono da questo studio sono decisamente interessanti. Gli **italiani** posseggono mediamente 2,6 account di posta a testa e la propria corrispondenza viene verificata almeno una volta ogni ora indipendentemente dalla natura degli account.

Gli accessi avvengono prevalentemente da casa (80%) e per il resto dal proprio posto di lavoro. Va molto in voga anche l'uso della **posta in mobilità**, cosa che non stupisce vista la grande crescita di smartphone e tablet pc.

Chi si connette dal proprio dispositivo mobile oltre all'**email** accede con frequenza anche ai social network, alle chat e a molti servizi mobili come il VoIP e i video in streaming.

È interessante scoprire anche cosa gli **italiani** leggono prevalentemente nella propria corrispondenza elettronica. Scopriamo dunque che le **email** più lette sono quelle relative all'eCommerce, ai viaggi, alle notizie, all'abbigliamento e agli argomenti legati al lavoro. Le **email** che non ci interessano invece le cancelliamo in automatico senza neanche leggerle.

I servizi di posta più utilizzati in Italia sono quelli di Libero, poi quelli di Hotmail, Alice e Gmail.

Insomma utilizzare le **email** ci piace molto tanto che il 52% degli italiani sarebbe disposto a comunicare i propri dati se questo comportasse l'invio di posta più mirata, tuttavia ci lamentiamo anche dell'eccessivo spam giornaliero.

Curiosamente l'utilizzo medio della **posta aziendale** è molto simile a quella personale anche se le **email** di lavoro si consultano di più in mobilità e non si utilizzano quasi mai per motivi personali.

◆ [Condividi su Facebook](#) ◆ [Ricevi via e-mail](#)

TARIFFE

## Privacy in Italia al tempo di internet: attenzione a smartphone e ai social network

24 GIU 2011 09:30A.M.

Cos'è la **privacy** ai tempi di **internet**? A questa domanda decisamente attuale cerca di dare una risposta **Francesco Pizzetti**, il Presidente del **Garante della Privacy**. Nel suo ampio discorso, il **Garante della Privacy** punta il dito prevalentemente sugli smartphone e sui social network colpevoli di esporci a rischi molto grandi. Dichiarò infatti Francesco Pizzetti:

Con gli smartphone ognuno di noi è, quasi sempre inconsapevolmente, un Pollicino che ha in tasca il suo sacchetto di sassolini bianchi che escono uno a uno per segnare gli spostamenti. I rischi connessi agli smartphone e alle loro applicazioni derivano essenzialmente dal fatto che i nostri telefonini sono costantemente localizzati, e che il gran numero di dati e informazioni in essi contenuti, dalle rubriche telefoniche all'agenda, dalle foto alle annotazioni, possono essere conosciuti, trattati, conservati, utilizzati da soggetti dei quali non abbiamo consapevolezza né controllo.

Affermazioni assolutamente condivisibili che mettono alla luce un problema reale, ma sino a oggi preso sin troppo alla leggera. Problema che viene enfatizzato se chi utilizza queste nuove tecnologie è un minore che spesso le sa utilizzare meglio di un adulto, ma con meno consapevolezza.

Questi nuovi modi di comunicare spingono tutti a condividere tutto, ma esiste davvero il diritto a condividere in rete non solo i propri dati, pensieri e sentimenti, ma anche quelli degli altri? E proprio su questo tema, molto spinoso, per il Presidente del **Garante della Privacy** serve una sorta di "informativa di rischio", molto simile a quella che troviamo sui farmaci per informare gli utenti degli eventuali rischi a cui si va incontro utilizzando senza cognizione di causa un certo servizio.

Sotto la lente di ingrandimento anche il **Cloud Computing** che permette di archiviare dati su supporti remoti. Su questo tema il Garante sta preparando delle bozze con alcune indicazioni per le società private che possano aiutare a valutare gli eventuali rischi nell'utilizzo di questa tecnologia.

Infine il **Garante della Privacy** si scaglia contro le campagne di telemarketing selvaggio e annuncia che presto arriveranno nuove normative con sanzioni molto pesanti per chi ne abuserà.

◆ [Condividi su Facebook](#) ◆ [Ricevi via e-mail](#)