

## EDITORIALE

### E-Procurement, un risparmio per gli acquisti della PA

di Francesco Chiappetta

Il 15 novembre è stato presentato il Rapporto sull'eProcurement realizzato dal Politecnico di Milano, per stimare il grado di utilizzo delle applicazioni digitali a supporto dei processi di acquisto della PA (gare e aste elettroniche, mercati elettronici e cataloghi online di operatori privati, negozi online a supporto delle convenzioni). I benefici potenziali sono amplissimi, poiché vanno ad incidere su una spesa complessiva del sistema pubblico che ammonta a quasi 200 miliardi di euro, un valore più elevato persino della spesa per il personale pubblico (150 miliardi di euro per 3,5 milioni di dipendenti).

Attualmente il volume di acquisti realizzati in via elettronica ammonta a 3% circa della spesa globale (5 miliardi e 96 milioni di euro), interessando solo una parte delle 11.000 entità pubbliche. Di queste, circa la metà ha utilizzato almeno una volta nell'an-



no uno strumento di eProcurement, ma in prevalenza per acquisti sperimentali, non in via sistematica; infatti, solo 2000 enti si affidano regolarmente ad eProcurement.

I benefici dell'eProcurement sono significativi, come ha evidenziato il Rapporto: mediante le gare e le aste si conseguono risparmi sul prezzo di acquisto (- 10 / 15%), si riducono i tempi per l'espletamento delle procedure di gara (- 30 / 40%) e soprattutto si incrementa la trasparenza e si riducono i contenziosi. Con i mercati elettronici, oltre alla riduzione dei prezzi di acquisto, si ha una diminuzione (- 30 / 60%, con picchi superiori all'80%) del tempo necessario per gestire l'acquisto, con notevole miglioramento dell'efficienza e della produttività dell'ente.

Complessivamente, una stima prudentiale dei benefici economici di una adozione diffusa dell'eProcurement misura il risparmio totale per la PA in

*(Continua a pagina 2)*

## INDICE

TREND	COMUNICAZIONE	INTERNET	INTERNET
Tombini d'artista: In Sardegna (Serrenti) prima di Milano	Le Istituzioni invitano a ridurre i rifiuti	2spaghi.it: una guida ai ristoranti in stile 2.0	Come scrivere un comunicato stampa per il web

## EDITORIALE

## E-procurement, un risparmio per gli acquisti della PA

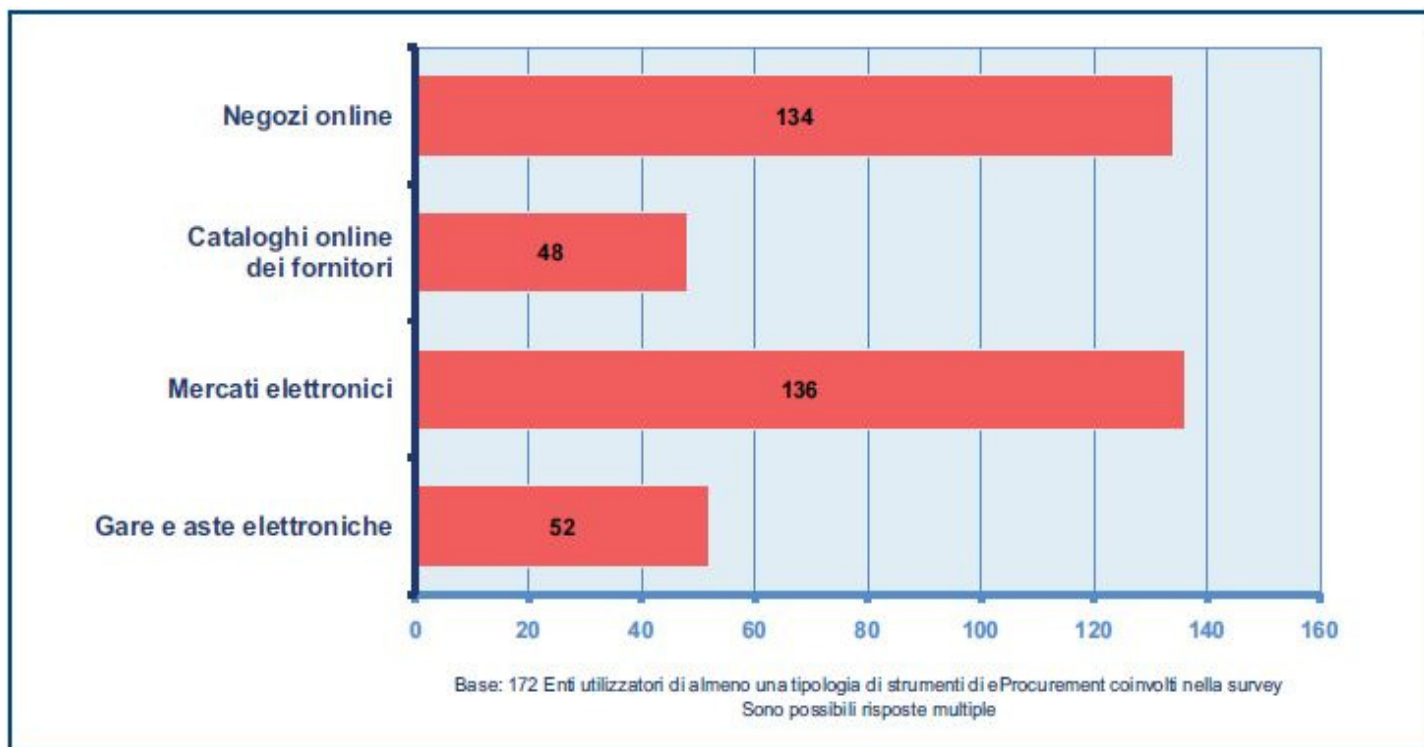
(Continua da pagina 1)

circa 3,6 miliardi di euro l'anno. Tale cifra potrebbe raggiungere i 5 miliardi l'anno affiancando all'eProcurement anche procedure di "Procure-to-Pay", ovvero l'integrazione "completa" nello scambio dei documenti del ciclo dell'ordine (ordine-> consegna->fatturazione->pagamenti) tra Pa e imprese. In tempi di crisi, un tesoretto non indifferente a disposizione del governo per finanziare stimoli alla crescita economica, fondi di ricerca, interventi sociali.

E' quindi necessario che il processo di modernizzazione della PA, a cui sta lavorando con impegno e successo il ministro Brunetta, prosegua mirando all'adozione su larga scala dell'eProcurement. Non si dovranno affrontare difficoltà tecnologiche, in

quanto gli strumenti disponibili sono semplici da utilizzare e perfettamente rodati. Il mercato elettronico realizzato da Consip è impeccabile ed efficiente, e sotto la guida dell'AD Danilo Broggi è diventato uno strumento che soddisfa qualsiasi esigenza. Inoltre l'opera di informazione è stata capillare e tutti i settori della PA ne conoscono le potenzialità e i vantaggi per gli Enti.

Ma è indispensabile un cambio di mentalità, che metta al centro l'efficienza dell'Amministrazione e l'etica del "servizio ai cittadini" come obiettivo primario degli amministratori Locali di qualunque Ente,. Ciò al fine di sconfiggere definitivamente le derive clientelari che con troppa frequenza diventano oggetto di indagini della magistratura o di rilievi della Corte dei Conti. Gestire il patrimonio pubblico richiede responsabilità ed etica, specialmente in tempi di crisi economica internazionale e di profonde alterazioni degli equilibri mondiali, causati da una globalizzazione troppo veloce per dare il tempo al Vecchio Continente di adeguarsi ad essa.



### Grado di adozione dei diversi strumenti di eProcurement nel 2010 negli enti analizzati

Fonte: Osservatorio eProcurement della School of management del Politecnico di Milano

Convegno "eProcurement: una concreta via verso innovazione, efficienza e trasparenza per la Pa italiana"

## TREND

## Tombini d'artista: in Sardegna (Serrenti) prima di Milano

di Francesca Vespignani

Si inaugura il 18 novembre la mostra di street art «Sopra il Sotto - Tombini Art raccontano la Città Cablata» in via Montenapoleone a Milano, i cui venti tombini di ghisa (della rete in fibra ottica Metroweb) sono stati decorati da cinque urban painter internazionali. Per un anno, fino a dicembre 2011, questa forma insolita di arte sarà ospitata nella via simbolo della moda e dello stile italiano. Ma l'iniziativa non è una novità assoluta: non solo perché è stata già compiuta nella stessa città in zona Tortona, né perché l'esperimento artistico ha origine in Giappone e in Brasile: ma perché in Italia, a gennaio di quest'anno, il progetto di dipingere i tombini stradali è stato realizzato a Serrenti, un paese sardo del Medio Campidano. Un piccolo



*Opera dell'artista inglese The London Police per la mostra milanese Sopra il Sotto*



*A Serrenti, un tombino diventa un coniglio....*

centro che ha dato fiducia ad una giovane pittrice, Tamara Follesa, la quale ha trasformato i grigi tombini della cittadina in oggetti o soggetti che diventano, nelle parole dell'artista, «un pezzo unico all'interno dell'architettura urbana del paese», tracciando sull'asfalto circostante, come il disegno del coniglio che riportiamo qui sopra.

Un'arte effimera, perché nell'arco di alcuni anni i colori della pittura svaniranno per effetto del tempo e dell'uso: arte calpestata, ma autentica, vissuta. Diversa, in questo, dall'iniziativa milanese, in cui ogni tombino diventa un quadro, ma non si integra affatto con il luogo in cui viene inserito.

Il primato di Milano si va quindi ad infrangere nelle globalizzazioni dell'arte, le cui tendenze Internet trasporta da un punto all'altro del pianeta, annullando le distanze fisiche e contribuendo a formare una comunità di artisti che innovano contaminando il paesaggio urbano con la loro fantasia. Così può avvenire che in un piccolo paese dell'entroterra della Sardegna le idee artistiche emergenti siano realizzati prima che nella ricca, cosmopolita, creativa, "capitale economica" del Paese.

Ciò avviene anche per merito di amministratori locali aperti al nuovo, all'arte e alla cultura, che pur rispettando e valorizzando le tradizioni non escludono la modernità. Al punto da finanziare, con il progetto della Amministrazione Comunale "Promozione e valorizzazione delle idee dei giovani di Serrenti", la realizzazione delle opere della giovane artista.

## COMUNICAZIONE

## Le Istituzioni invitano a ridurre i rifiuti

di Annalisa Mancini

'Troppi rifiuti in Europa! Partecipiamo tutti alla settimana europea per la riduzione dei rifiuti': così si chiude lo spot Internet (visibile all'indirizzo <http://www.ecodallecitta.it/notizie.php?id=104273>) che inaugura l'edizione 2010 della Settimana europea per la riduzione dei rifiuti (SERR), organizzata dall'Unione Europea 20 al 28 novembre e patrocinata in Italia da Ministero dell'Ambiente, Provincia di Roma, Commissione Nazionale Italiana per l'Unesco e dalla rivista [Ecodallecitta.it](http://www.ecodallecitta.it).

In un mondo pulito e ordinato di linde casette e uffici modello accade l'imprevisto: di fronte ai consumatori attoniti il secchio della spazzatura diventa mignon, il cestino per la carta si riduce a pochi

centimetri, quello nel parco è alto come un filo d'erba. Un mondo capovolto come il Paese delle meraviglie

di Alice, in cui i rifiuti sono troppo grandi e i cestini che devono contenerli troppo piccoli. Il video veicola un messaggio chiaro: pensa prima di gettare, rifletti prima di acquistare. Ricicla, riadatta, riusa. Spot che segue di poco quello controcorrente e interpretato da Luciana Littizzetto, testimonial della Coop, per promuovere il consumo dell'acqua di rubinetto ('Acqua di casa mia').

(Continua a pagina 5)



## COMUNICAZIONE

### Le Istituzioni invitano a ridurre i rifiuti

(Continua da pagina 4)

Spot a parte, però, è prevista la partecipazione attiva dei cittadini (30.000 nell'edizione passata). Una grande mobilitazione, con un record di partecipazione italiana: dei 4000 progetti registrati nei 22 Stati europei, 580 si svolgeranno sul territorio italiano. La SERR si apre ufficialmente sabato 20 con un flash mob organizzato in contemporanea in tutta Europa e ribattezzato NoTrash Mob in Italia. Raduni spontanei saranno organizzati, tra le altre, a Torino, Roma (Ciampino), Milano (Consorzio dei comuni dei Navigli), Venezia, Rossano (CS) per 'suonarle festosamente ai rifiuti' con strumenti musicali di fortuna: pentole, cestini della carta e bidoni della spazzatura, bottiglie di plastica riempite di fagioli secchi o riso, mestoli.

Le iniziative sono localizzabili sul sito ufficiale della manifestazione, [www.menorifiuti.org](http://www.menorifiuti.org): conferenze, mostre, laboratori, dimostrazioni, riunioni. Tra le più creative segnaliamo 'Green à porter - la moda a chilometro zero', 'sfilata di moda dal cuore verde con abiti e accessori riassembleati ecologicamente', in cui gli abiti saranno indossati dagli alunni delle scuole di Bagheria (PA),.

Per tutta la settimana i '700 chili in sette giorni' dell'Atelier del riuso creativo di una scuola di Roma, offrirà ai cittadini che consegneranno un kg di beni di seconda mano la partecipazione gratuita alle attività del laboratorio. A partire da oggi, 18 novembre, e fino a sabato, la manifestazione collegata RicicloAperto, organizzata da Comieco, permetterà ai più curiosi di visitare gratuitamente gli impianti di riciclaggio di carta e cartone.

La gestione dei rifiuti sta diventando un problema ecologico per la grande quantità di spazzatura che ogni cittadino europeo produce nella sua vita quoti-



diana. In soli 40 anni la quantità per abitante è raddoppiata, e con il crescere del benessere economico continua ad aumentare. Il significato della Settimana europea per la riduzione dei rifiuti è nel tentativo di invertire la tendenza in atto, motivando i cittadini ad un comportamento personale che sia più sostenibile per l'ambiente.

Il coinvolgimento in primo luogo dei più piccoli, tramite le scuole, ha un duplice obiettivo: in primo luogo, educare le giovani generazioni ad una nuova "cultura del riciclo", in secondo luogo di richiamare, tramite i figli, l'attenzione dei genitori, motivandoli ad una maggiore attenzione nel gestire i rifiuti prodotti.

L'Europa chiede a ciascuno un piccolo sforzo per modificare le proprie abitudini, ma il vantaggio per l'ambiente diventerà un beneficio per tutti.

## INTERNET

## 2spaghi.it: una guida ai ristoranti in stile 2.0

di Federica Chiappetta

2spaghi.it è nato come una community di buongustai, che in breve tempo è diventato il più grande social network italiano dedicato al settore della ristorazione. Ora il sito ha realizzato SpagoGuida, una guida cartacea ai ristoranti italiani (edita da Morellini Editore, in vendita dall'11 novembre in libreria e on-line sul sito [www.2spaghi.it](http://www.2spaghi.it)), che descrive oltre 1.000 locali con i commenti e le osservazioni che nel tempo gli iscritti alla community hanno depositato nel sito. In realtà, finora 2spaghi.it ha ospitato le recensioni di oltre 50.000 ristoranti, e quindi solo una piccola parte di essi è stata riportata "su carta".

### APPROFONDIMENTO

#### Cos'è un QR Code

I QR code sono analoghi ai codici a barre, ma essendo più evoluti possono contenere una maggiore quantità di informazioni. Inoltre, possono essere letti e interpretati da alcuni software, i *QR code reader*, software che possono essere installati sugli smartphone e su alcuni modelli evoluti di cellulari.

Un elenco dei più diffusi software si trova nel sito: <http://www.mobile-barcode.com/qr-code-software/>  
Tra i diversi software disponibili, si consigliano **BeeTagg** e **i-nigma Reader** (F.C)



Una iniziativa che punta ad allargare off-line la popolarità di un *brand* nato on line che può vantare ad oggi 2 milioni di utenti unici ogni mese.

Ma la novità di questa guida non è solo l'essere realizzata a partire dalle indicazioni dei clienti e non dalle visite ai locali di esperti gastronomi: nel passaggio dal Web alla carta, si è inserito nella guida un elemento dinamico e tecnologicamente avanzato, un'applicazione per smartphone (iPhone e Android).

Sulla scheda di ogni ristorante è stampato un QR code mediante cui si può accedere tramite smartphone alla pagina Web che il sito2spaghi.it dedica al ristorante: menù, servizi offerti, immagini del locale e recensioni dei clienti.

E' la prima iniziativa 2.0 nell'ambito delle guide gastronomiche, che andrà a rivoluzionare un mercato che si stava ingessando (e perdendo *appeal* tra i consumatori) tra improbabili recensioni (guide realizzate con un numero troppo esiguo di ispettori rispetto ai ristoranti censiti) e accuse di favoritismi e di corruzione (diversi ristoratori hanno dichiarato di avere avuto richieste di pagamento di una quota annua per essere inseriti in alcune famose guide).

La filosofia 2.0 annulla entrambi i rischi fornendo all'utente un servizio trasparente nei contenuti e nelle modalità di raccolta delle informazioni.



## INTERNET

## Come scrivere un comunicato stampa per il web

di Federica Chiappetta

Il comunicato stampa è uno strumento di importante visibilità per le iniziative aziendali. Oggi che il web è divenuto uno dei media più utilizzati per la diffusione delle informazioni, è fondamentale conoscere le tecniche ottimali affinché il comunicato stampa possa posizionarsi al meglio nei motori di ricerca.

Il tema del posizionamento (SEO) richiede l'applicazione di tecniche e regole ben precise sviluppate dagli esperti di settore; anche comunicati stampa devono rispondere a regole di posizionamento ben definite, per le quali uno dei migliori esperti è Bruce Clay, considerato un guru nel settore.

Le indicazioni di Clay sono di particolare rilevanza in quanto spostano l'attenzione sul tema del posizionamento sui motori di ricerca rispetto alle comuni priorità che ci si pone nella realizzazione di un comunicato stampa. con tali indicazioni, invece, l'obiettivo diviene il posizionamento sulle prime pagine dei motori di ricerca, l'aumento della visibilità sul Web e il contatto con un target più ampio di persone. Ecco le regole.

### 1) Definire le parole chiave rilevanti

Prima di scrivere il comunicato, si devono scegliere due o tre parole chiave che siano "evocative" del tema del comunicato; in tal modo, quando i navigatori le utilizzeranno nelle loro ricerche sui motori, sarà probabile che nelle prime pagine della ricerca compaia il comunicato. tali parole dovranno essere impiegate nel testo del comunicato. La scelta delle parole richiede la capacità di interpretare il modo comune di interrogare i motori di ricerca, al fine di individuare parole ampiamente condivise. Per scegliere le parole può essere utile "provarle" sui prin-

cipali motori di ricerca ed analizzare il tipo la quantità di risposte che si ottiene.

### 2) Evitare i termini del "gergo aziendale"

Quando si ha esperienza di un settore specifico, si tende ad utilizzare termini, espressioni, acronimi sviluppati all'interno del settore, ma che sono assenti nel linguaggio comune. Tali termini devono essere banditi dai comunicati stampa in quanto è da escludere che siano utilizzati dai navigatori della loro ricerche on-line. Ad esempio, il consumatore cercherà "gomme" piuttosto che "pneumatici".

### 3) Inserire le parole chiave nel testo del titolo del comunicato

Il titolo del comunicato deve comprendere il nome dell'azienda e / o del brand, e il nome del prodotto; almeno le principali parole chiave devono comparire nel titolo del comunicato, è la più importante di esse dovrebbe essere accanto al nome dell'azienda o all'inizio del comunicato.

### 4) Le parole chiave devono comparire anche nel sommario, nel primo paragrafo e nel corpo del comunicato

Pur mantenendo un linguaggio naturale e di facile lettura, si deve fare in modo che in ogni parte del comunicato siano presenti le parole chiave. Il modo più semplice per realizzare ciò è inserire nel corpo del testo del comunicato le stesse frasi chiave presenti nel titolo, nel sommario e nel primo paragrafo. Questa "simmetria" assicura una corretta indicizzazione da parte dei motori di ricerca e pertanto un migliore posizionamento. E' invece da evitare una ripetizione eccessiva delle parole chiave: sia ai fini dell'indicizzazione, sia per una migliore leggibilità da parte degli utenti.

### 5) Usare i marcatori o "Meta Tags"

Quando si inserisce un documento sul Web, la pagina deve contenere alcuni elementi detti

(Continua a pagina 8)

**BRUCE CLAY, INC<sup>®</sup>**  
Global Internet Marketing Solutions

## INTERNET

## Come scrivere un comunicato stampa per il web

(Continua da pagina 7)

“marcatori”, tra i quali, in ordine di importanza, sono: il titolo (“title”), la descrizione (“meta description”) e le parole chiave (“meta keywords”).

Se non si ha a disposizione un esperto di SEO, il metodo “fai da te” consiglia di inserire il titolo del comunicato nel “title”, il sommario nel tag “meta description” e le parole chiave, separate da virgole, nel tag “meta keywords”.

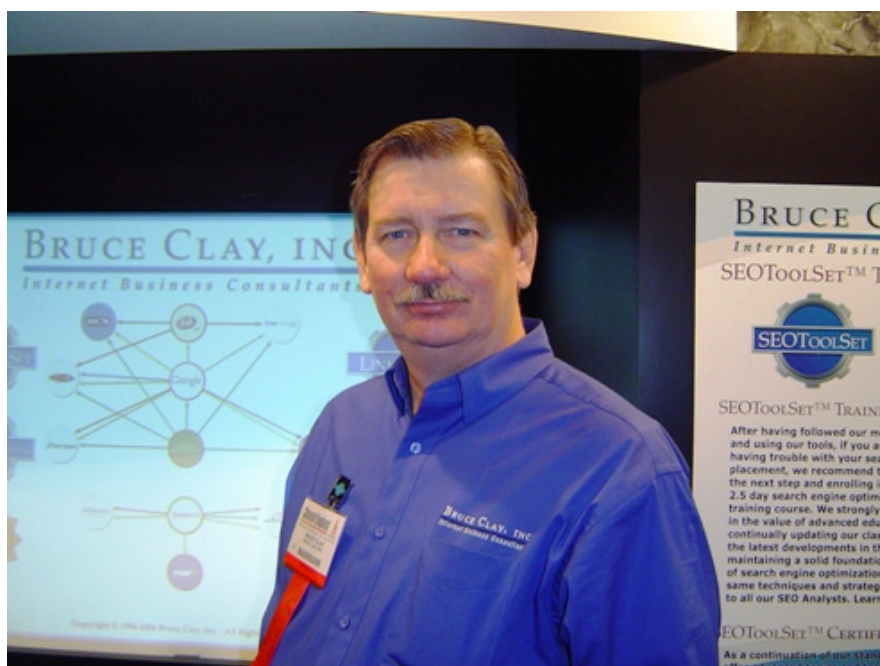
### 6) Aggiungere i link

L'indicizzazione di un documento migliora molto in presenza di link, specialmente per quanto riguarda la visibilità nel tempo della pagina; è preferibile, quindi, inserire all'interno del comunicato stampa collegamento ad

altre pagine Web. per un comunicato composto da da 200 /400 parole si consiglia di incorporare da due a quattro diversi link: uno che punta alla home page del sito aziendale e gli altri verso pagine del sito che trattano temi legati al contenuto del comunicato.

### 7) Localizzare i comunicati nelle diverse lingue

Se l'azienda opera in ambito internazionale, il comunicato deve essere tradotto nelle diverse lingue dei mercati di riferimento. La traduzione deve essere svolta tenendo conto del significato delle parole chiave, che deve essere contestualizzato in ogni lingua, e di tutte le istruzioni che sono state descritte nei precedenti punti.



### SENTIERI DIGITALI

Via Elio Lampridio Cerva 87/A  
00143 - Roma  
Tel. 06 5195 6778  
Fax 06 5193 250

Iscrizione Tribunale di Roma  
n. 538 del 4 dicembre 2007

#### Direttore responsabile

Francesco Chiappetta  
f.chiappetta@sentieridigitali.it

#### Vice direttore esecutivo

Marilena Giordano  
m.giordano@sentieridigitali.it

#### Redazione

Andrea Chiappetta  
a.chiappetta@sentieridigitali.it

Collaboratori in questo numero:

Federica Chiappetta  
Annalisa Mancini  
Francesca Vespignani

Per la pubblicità, scrivere a:  
promo@sentieridigitali.it

#### Editore

SI-IES Istituto Europeo Servizi Srl  
Via Elio Lampridio Cerva 87/A  
00143 Roma



Associato  
All'Unione Stampa Periodica Italiana  
(USPI)