

Camera di Commercio
Roma

LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI DIGITALI

Strumenti per gestire al meglio la propria attività

A CURA DELLA STRUTTURA
“ORIENTAMENTO AL LAVORO
E DIGITALIZZAZIONE”

Dicembre 2025

INDICE

3 Premessa

5 Costruire il proprio sito *web*
7 Vantaggi
9 Cos'è e come funziona
10 Come fare?
12 Strumenti utili
16 Suggerimenti
19 Gestione dei canali *social*
21 Quali scegliere?
22 *Facebook*: il *social* delle *community*
24 *Instagram*: il *social* delle immagini
26 X: il *social* del *realtime*
28 *LinkedIn*: il *social* dei professionisti
30 *Threads*: il *social* del *microblogging*
32 *Software* per la produttività
34 *Word* / Documenti
37 *Excel* / Fogli
41 *Power Point* / Presentazioni
44 *ZOOM* / *Meet*
47 L'ABC della *Cybersecurity*
48 Tecniche di attacco
50 *Best Practices*
51 Conclusioni

PREMESSA

La tecnologia e i suoi strumenti sono ormai sulla bocca, e nelle mani (!), di tutti. Utilizzarli nel modo corretto, adattandoli alle proprie esigenze professionali, può costituire un importante vantaggio competitivo.

Dalla costruzione del proprio sito *web* alla gestione dei canali *social*, passando per l'utilizzo efficace degli applicativi *Office* e le competenze in materia di *CyberSecurity*, è possibile costruire la propria cassetta degli attrezzi digitale: un bagaglio di conoscenze che ogni professionista o imprenditore o aspirante tale può utilizzare per gestire le attività quotidiane, incrementare la produttività e aumentare la qualità del suo lavoro.

PREMESSA

Questa guida nasce con l'obiettivo di illustrare alcune delle competenze e delle conoscenze digitali maggiormente utili nella quotidiana attività professionale e imprenditoriale.



Costruire il proprio sito *web*

Per capire perché avere il proprio sito *web* e gestirlo in modo efficace è una competenza da inserire nella "cassetta", si riportano alcuni numeri:



ogni **giorno** vengono effettuate circa **8.5 miliardi** di **ricerche** in tutto il **mondo**;



ogni **utente** ne effettua circa **3/4 al giorno**;



il **57%** delle prime **ricerche online** è **seguito** da almeno una **seconda** ricerca con **parole** chiave più specifiche per ottimizzare i risultati della ricerca stessa;



Il **15%** di tutte queste ricerche non è **mai stato cercato** prima su Google.

Costruire il proprio sito *web*

Viviamo nell'era del "sempre connessi", del commercio *online*, dei *social network*. Tuttavia, nonostante il **78%** delle **PMI** italiane **possieda** un **computer**, appena il **36%** ha un proprio **sito** e solo **3** piccole e medie imprese **su 10** utilizzano il **commercio *online***; mentre utilizzano principalmente i **canali *social*** per promuovere la propria attività l'**89%** delle PMI Italiane.

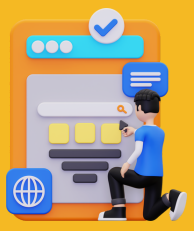


Costruire il proprio sito *web*
Vantaggi

Nonostante la diffusione capillare dei *social network* e il loro crescente utilizzo nella vita quotidiana, aprire un proprio sito *web* costituisce una scelta vincente:



è **interamente** di **proprietà** di chi acquista il dominio (i contenuti che vengono pubblicati sui *social* non sono controllabili al 100% in quanto proprietà di soggetti terzi);



permette di **decidere** come mostrare i contenuti, come catalogarli, come renderli disponibili all'utente;



costituisce una **vetrina digitale** potenzialmente raggiungibile da qualsiasi parte del mondo, aperta **24 ore su 24, 7 giorni su 7**, da chiunque e da qualsiasi dispositivo, anche da chi non usa i *social network*.

Costruire il proprio sito *web*
Vantaggi



è indice di **autorevolezza** e **solidità** , rende migliore la reputazione e l'immagine del *brand* sul mercato;



dà la certezza di **comparire** nella ***SERP**** quando gli utenti sono alla ricerca di prodotti o servizi;



permette di realizzare strategie di ***remarketing*** anche grazie ai *social network;*



consente di creare **relazioni** durature con i **clienti** e **fidelizzarli** con offerte personalizzate, riservate agli utenti del sito, oppure presentando loro prodotti in anteprima;



permette di raccogliere **informazioni** e **statistiche** sul proprio ***target*** di **clienti** tramite l'analisi del comportamento degli utenti all'interno del sito.

**SERP (Search Engine Results Page): è la pagina dei risultati di un motore di ricerca*

Costruire il proprio sito *web*
Cos'è e come funziona

Un sito internet (sito *web*) è un insieme di **pagine *web*** accessibili tramite un ***browser*** (come *Chrome, Firefox* o *Safari*) e collegate tra loro attraverso ***link* ipertestuali**. Queste **pagine** possono contenere testi, immagini, video, moduli interattivi e altri **elementi multimediali**.

I siti *web* sono **ospitati** su ***server*** e **identificati** da un indirizzo web (***URL***).

Il ***browser*** è un programma per accedere a siti e pagine internet.

Il ***browser* interpreta** i contenuti (testi, immagini, video, ecc.) di un sito web e li **trasforma** in un **formato comprensibile** e **navigabile.**

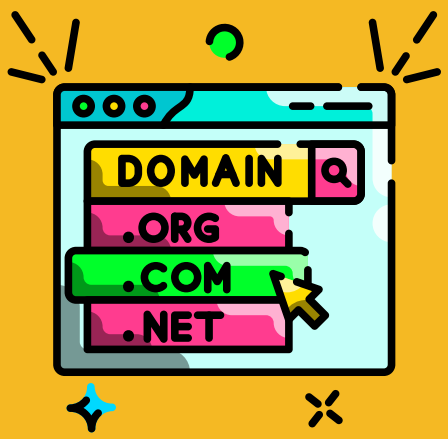


Costruire il proprio sito *web*
Come fare?

Il primo passo per costruire un sito *web* è **registrare** un **dominio,** ovvero il **nome univoco** che **identifica** il **sito** su Internet. È ciò che si digita nella barra degli indirizzi del *browser* per visitare un sito, ad esempio *www.rm.camcom.it*

Il nome del dominio può essere **scelto** liberamente, a condizione che:

- sia unico, breve e facile da ricordare;
- meglio evitare caratteri speciali (_ , & %), che lo rendono meno "memorizzabile";
- si scelga un'estensione adeguata (.com, .it, .net, .org, ecc.).



Costruire il proprio sito *web*

Come fare?

Dopo aver scelto il **nome** è necessario verificare che sia **disponibile** tramite i *server* dei ***provider*** di **domini** (*domains.google, www.aruba.it, register.it*).

Dopo aver identificato un dominio disponibile, questo va registrato tramite un ***provider*** di **domini** e ***hosting****.

La **registrazione** di un dominio ha un **costo medio** annuo dai 10€ ai 50€ in base all'estensione e va **rinnovata** ogni **1-2 anni**.



**HOSTING: servizio che permette di archiviare e rendere accessibile un sito web su Internet*

Costruire il proprio sito *web*
Strumenti utili

Lo strumento più utile per costruire il proprio sito *web* è il ***CMS (Content Management System).***

Un CMS è un sistema di **gestione** dei **contenuti** che permette di creare, modificare e **gestire** un sito *web* **senza** la necessità di scrivere **codice** .

Un CMS si compone di due parti:

- il *back-end* (pannello di amministrazione): dove si gestiscono contenuti, *layout*, impostazioni;
- il *front-end* (sito visibile agli utenti): dove vengono visualizzati i contenuti pubblicati.

Il CMS può essere utilizzato **senza** avere **competenze** di **programmazione** e può essere **customizzato** con nuove funzionalità aggiungendo dei ***plugin***.

Costruire il proprio sito *web*
Strumenti utili

Esistono CMS **verticali**, specifici per determinati **settori** e CMS **generali**, maggiormente versatili e adatti per ampie gamme di progetti.
Di seguito alcuni CMS generali e i loro punti di forza:

WordPress

Interfaccia intuitiva, con un *editor* visuale. Ha molti *plugin* per aggiungere funzionalità e offre un'ampia scelta di *template.*

Joomla

Struttura flessibile che permette un'organizzazione anche complessa dei contenuti. Nativamente dotato di supporti per siti in diverse lingue.

Drupal

Elevato grado di flessibilità, offre alti livelli di sicurezza e permette una gestione avanzata degli utenti e dei loro permessi.

Costruire il proprio sito *web*
Strumenti utili

Tra i CMS verticali più diffusi troviamo:

Shopify

Ideale per la gestione degli ordini e dell'inventario, nonché del catalogo prodotti. Offre un supporto nativo per i diversi metodi di pagamento e strumenti di *marketing* e SEO*.

Magento (Adobe Commerce)

Ideale per grandi volumi di prodotti e varianti, offre un elevato grado di scalabilità per adattarsi a realtà in crescita. Permette la connessione con altri canali di vendita ed è dotato di forme avanzate di reportistica.

WIX

Ha un *editor* di tipo *drag and drop*, offre numerosi *template* predefiniti e la possibilità di aggiungere funzionalità tramite un *marketplace* di *app*.

**SEO: Descritto a pagina 18.*

Costruire il proprio sito *web*
Strumenti utili

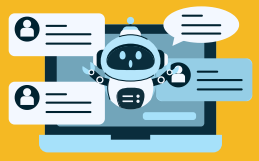
Tra gli strumenti utili, non possiamo non citare l'**Intelligenza Artificiale**, che sta rivoluzionando le modalità tradizionali di costruzione di un sito *web*.
Grazie all'IA è possibile:



Automatizzare la **progettazione** del sito (con *website builder AI-driven* e *design* generativo);



Generare **contenuti ottimizzati** per SEO* e **personalizzare** l'esperienza utente;



Utilizzare ***chatbot*** che offrano **assistenza** continuata;



Raccogliere e analizzare in modo efficace i **dati** per **ottimizzare** la ***performance***.

**SEO: Descritto a pagina 18.*

Costruire il proprio sito *web*
Suggerimenti

Un sito *web* "vincente" ha solitamente le seguenti caratteristiche:

Grafica accattivante



Meglio usare colori, immagini e *layout* armoniosi che stimolano l'interesse. La navigazione deve essere chiara e intuitiva, l'impatto visivo "positivo" per spingere l'utente all'interazione.

Sito *responsive*



Progettare il sito partendo dall'esperienza *mobile* (*mobile first design*), con *layout* fluido che si adatti a diverse dimensioni dello schermo.

Costruire il proprio sito *web*
Suggerimenti

Accessibilità



Il sito deve essere facilmente utilizzabile da tutti, comprese persone con disabilità (l'accessibilità migliora il *ranking* SEO*).

Velocità



Un sito veloce incoraggia gli utenti a interagire e migliora il posizionamento su Google. Allo scopo è suggeribile ottimizzare le immagini (formato *webP*), usare plugin per la *cache*, scegliere un *hosting* veloce.

Contenuti utili



Il sito deve offrire contenuti di valore e coinvolgenti: meglio usare testi semplici e chiari, evitare tecnicismi, usare immagini e video che arricchiscono l'esperienza utente. Effettuare aggiornamenti regolarmente e inserire recensioni e testimonianze che aumentano il livello di fiducia dell'utente.

**SEO: Descritto a pagina 18.*

Costruire il proprio sito *web*
Suggerimenti

Sicurezza 

Il sito deve essere sicuro e affidabile, proteggere i dati degli utenti. Allo scopo è bene installare un certificato SSL (migliora anche il *ranking* SEO), prevedere *backup* automatici, aggiornare i componenti *software* e utilizzare *firewall*.

SEO 

La SEO (*Search Engine Optimization*), è un insieme di strategie e tecniche volte a migliorare la visibilità e il posizionamento di un sito *web* nei risultati non a pagamento di motori di ricerca (es. Google, Bing e Yahoo). L'obiettivo è aumentare il traffico qualificato al sito, migliorando la sua rilevanza e autorevolezza agli occhi dei motori di ricerca e offrendo un'esperienza utente ottimale.

Gestione dei canali *social*

Il ruolo dei *social* è oggi fondamentale: insieme al sito *web* aziendale, primo biglietto da visita di un'azienda, costituiscono un'importante strumento per **valorizzare** il proprio **business**.
I *social* rappresentano un'importante **fonte** di **informazione** su prodotti e servizi.

Le diverse piattaforme non vengono più utilizzate solamente per restare in contatto con parenti o amici, ma anche per **seguire** i ***brand*** di proprio interesse.

È il concetto di ***infocommerce***.



Gestione dei canali *social*

Per trarre dalle varie piattaforme *social* tutti i vantaggi possibili è necessario avere una chiara **strategia** di **posizionamento** *online*.
Questa strategia deve essere strettamente correlata all'analisi della ***buyer* persona**, ovvero la rappresentazione del "cliente tipo" (età, interessi, abitudini di acquisto, ecc).



Questa analisi permette di selezionare i *social* dove i "clienti tipo" individuati sono maggiormente presenti.

Gestione dei canali *social*
Quali scegliere?

Le piattaforme social maggiormente diffuse sono:

- Facebook
- Instagram
- X (ex Twitter)
- Linkedin
- Threads

La scelta di essere presente su una o più di queste piattaforme dipende da una serie di fattori:

- caratteristiche del *social*
- pubblico di riferimento
- modalità di interazione

Gestione dei canali *social*

Facebook: il *social* delle *community*

Facebook è il social delle "**comunità**" per antonomasia: ha come fine quello di favorire le **reti** di **relazioni** non solo tra persone, ma anche con clienti attuali e potenziali.

I principali passaggi per utilizzarlo sono:



apertura della **pagina aziendale**, completa di tutte le informazioni;



scelta accurata dell'**immagine** del **profilo** che consentirà l'immediata **riconoscibilità** del *brand;*



strutturare un attento piano editoriale definendo:

- una base *follower* profilata
- contenuti in linea con il *target* di riferimento
- budget adeguato

Gestione dei canali *social*

Facebook: il *social* delle *community*

Avere un adeguato **piano editoriale** è fondamentale, tenendo in considerazione il **pubblico** di riferimento: conoscere bene il proprio *target* consente di **costruire messaggi calibrati** e realmente efficaci.

Alcuni strumenti per valorizzare la pagina *Facebook* sono:

Messenger
Per azioni di *customer care*

Reels
Per il "racconto" del *brand*

Gruppi
Per condividere contenuti di valore

Gestione dei canali *social*

Instagram: il *social* delle immagini

Instagram è per definizione il *social* delle **immagini** e dell'**estetica**.

I principali passaggi per utilizzarlo sono:



apertura di un **account business** che sblocca le seguenti funzioni:

- *insights*;
- campagne di *advertising*;
- pulsanti di *call to action*;
- organizzazione dei messaggi.



impostare una **immagine profilo** coerente che rappresenti l'azienda e **comunichi** il ***brand***



Indicare la **categoria** di ***business*** di appartenenza



curare il piano editoriale

Gestione dei canali *social*

Instagram: il *social* delle immagini

Un buon **piano editoriale** deve essere strutturato in base al pubblico ***target*** e al ***tone of voice*** scelto, ovvero il modo in cui si è scelto di comunicare il proprio *brand*.
Instagram è un *social* legato molto all'estetica: è importante che le **foto** e i **video** siano i **veri protagonisti** del **racconto** del *brand*.

Alcuni *tips* per valorizzare l'*account* sono:

- geolocalizzare i *post*
- fare *post* "in collaborazione"
- utilizzare i giusti *hashtag*
- creare sia *stories* che *reels*
- curare lo *shop*

Gestione dei canali *social*
X: il *social* del *realtime*

X (**ex *Twitter***) è il *social* che, a differenza di altri, risulta maggiormente connesso all'**attualità**, al presente, al "**qui e ora**".

Per sfruttare le potenzialità offerte da X, è necessario:



Completare il **profilo** con tutte le informazioni utili;



Pianificare i **contenuti** da pubblicare;



Utilizzare in modo sapiente gli ***hashtag***;



Fissare sul profilo un ***post*** (evento promozione, etc);



Arricchire i contenuti con **foto** o **video**, considerando che i **caratteri** ammessi sono solo **280** (nella versione gratuita).

Gestione dei canali *social*
X: il *social* del *realtime*

Anche in questo caso è importante costruire un **piano editoriale** coerente con il ***target*** di riferimento e con gli obiettivi di **promozione** del ***brand***.

Tuttavia, essendo *X* legato all'attualità in misura maggiore rispetto agli altri *social*, le **esigenze** di **pianificazione** sono **meno stringenti** perché bisogna essere pronti a **intercettare** eventuali "***trending topic***" compiendo operazioni di "***real time marketing***".



Potrebbe essere utile investire in una lista di **fonti** da **monitorare** e **rilanciare** al momento opportuno.

Gestione dei canali *social*

LinkedIn: il *social* dei professionisti

LinkedIn è un *social* molto utilizzato dai **professionisti**, per cogliere nuove **opportunità lavorative** e per stabilire e mantenere relazioni professionali.

Negli ultimi anni *LinkedIn* ha conosciuto una **crescita esponenziale**, arrivando a contare milioni di iscritti in tutto il mondo.

Le ragioni per cui un'azienda dovrebbe considerare di utilizzare *LinkedIn* sono:

- Promozione del *business*
- *Business Networking*
- *Engangement*

Gestione dei canali *social*

LinkedIn: il *social* dei professionisti

Per utilizzarlo è necessario *in primis* creare una **pagina aziendale** che permette, tra le alte cose di:



Ottenere dati **statistici** sulle prestazioni dei contenuti;



Monitorare le **iterazioni** con i ***follower***;



Pianificare campagne di ***advertising***.

Per gestire al meglio l'*account* è suggeribile:

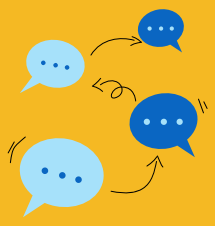
- Creare **contenuti** di qualità;
- Condividere **informazioni** utili e aggiornate;
- Coinvolgere i ***follower***.

Gestione dei canali *social*

Threads: il *social* del *microblogging*

Threads è un nuovo *social* (in Italia si può usare da dicembre 2023), simile a X , incentrato principalmente sulla possibilità di fare ***microblogging***.

Il fulcro di *Threads* sono messaggi testuali brevi che possono essere ampliati e concatenati per formare "***threads***" di **discussione**.



Threads è **integrato** con **Instagram**: per accedere è **necessario** avere un ***account*** IG.

Per creare il proprio account basta **importare** il profilo IG e collegarsi con i propri ***follower*** .

Gestione dei canali *social*
Threads: il *social* del *microblogging*

Threads offre un limite di **500 caratteri** per i post e per ora nessuna forma di messaggistica diretta. Punta alla creazione di **discussioni** più "**intime**" rispetto alla visibilità su larga scala di X: ha infatti una funzione di ricerca limitata e **non** ha una sezione di **tendenze** (*trending topic*).

Per sfruttare al meglio le opportunità di questo social è suggeribile:



Creare **contenuti coinvolgenti** in linea con la propria identità di *brand*;



Incoraggiare la formazione e interagire con la propria ***community;***



Adattare lo **stile** della comunicazione alle specificità del ***social***, con una comunicazione più **intima** e diretta.

Software per la produttività

I *software* per la produttività personale e aziendale sono progettati per **aiutare** gli utenti a svolgere **attività lavorative**, **scolastiche** o **personali**.

In quest'ambito uno dei **pacchetti** più famosi è Microsoft 365 (prima Microsoft Office).



La *suite* Microsoft può essere utilizzata sia nella sua versione *web* (in modo gratuito, con un *account* Microsoft), che nella versione *desktop* (sottoscrivendo l'abbonamento più in linea con le proprie esigenze).



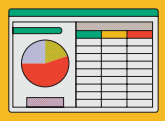
Anche Google mette a disposizione dei *software* per la produttività utilizzabili gratuitamente *online*.

Software per la produttività

I *software* per la produttività più diffusi sono:



***Word* /Documenti**
Per creare e modificare documenti di testo, come lettere e report.



***Excel* /Fogli**
Per gestire e analizzare dati attraverso fogli di calcolo.



***Power Point* /Presentazioni**
Per creare presentazioni visive con testi, immagini e altri elementi multimediali.



ZOOM / Meet
Strumenti per gestire e partecipare a videoconferenze.

Software per la produttività
Word / Documenti

Word / Documenti è un programma per l'elaborazione, la modifica e la gestione di **testi**.

Permette di creare documenti di testo usando una formattazione complessa (testo in grassetto, in corsivo, sottolineato), caratteri di dimensioni diverse e l'uso di molteplici *font* (carattere).





Ha una interfaccia *user-friendly* e offre molti strumenti per creare documenti dall'aspetto professionale in modo rapido ed efficiente.

Software per la produttività
Word / Documenti

Utilizzando poche e mirate accortezze è possibile rendere un documento coerente, elegante e professionale.

Scegliere il *font* giusto



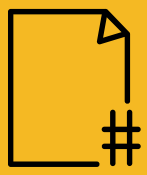
Il *font* "giusto" è in grado di facilitare la lettura: dipende da cosa si farà del documento. Ad esempio se è destinato alla stampa si può optare per caratteri con le "grazie", ossia allungamenti che lo rendono più elegante.

Organizzare il testo con gli stili



Con gli stili si può organizzare meglio il testo e semplificare la creazione di un eventuale sommario. Ci sono stili per i titoli, sottotitoli, titoli con livello inferiore, corpo del testo, citazioni e così via (tutti modificabili).

Inserire i numeri di pagina



Soprattutto per documenti corposi è utile inserire i numeri di pagina.

Software per la produttività
Word / Documenti

Margini e spaziatura
Scegliere i margini e l'interlinea che rendano il testo più leggibile possibile.

Utilizzare le colonne
Si può distribuire il testo su più colonne, o con modelli preimpostati o manualmente.

Inserire le note a piè di pagina

Le note a piè di pagina sono elementi che aggiungono informazioni al documento e si inseriscono nella parte inferiore dello stesso. Sono numerate in ordine progressivo e riconducibili alla parte di testo a cui sono riferite.

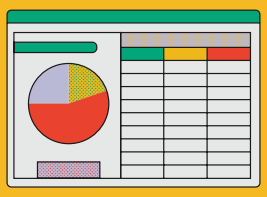
Posizionamento delle immagini
Le immagini (posizionate attentamente) arricchiscono il testo e ne facilitano la comprensione.

Creazione di un sommario
Creare un sommario con le apposite funzionalità ne permette l'aggiornamento automatico.

Software per la produttività
Excel / Fogli



Excel/ Fogli è un programma per l'elaborazione, la modifica e la gestione di **dati**.
Grazie all'utilizzo di **fogli elettronici**, nelle cui **celle** vengono inseriti i dati, è possibile effettuare sugli stessi molteplici **operazioni** in modo **automatico.**



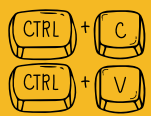
I dati inseriti possono essere **gestiti** e **modificati** utilizzando **funzioni** e/o **formule;**
o anche essere resi "presentabili" grazie a **strumenti grafici** avanzati.



I dati possono essere inseriti tramite:



Digitazione



Copia e Incolla



Import di un intero *file*

Software per la produttività
Excel / Fogli

Tra le funzioni più utilizzate, e utili, per la gestione dei dati ci sono:



Rimuovi duplicati
Rimuove in modo semplice e diretto i valori duplicati nella selezione.



Ordina
Permette di ordinare i dati secondo diversi criteri (alfabetico, numerico, personalizzato).



Convalida dati
Consente di impostare regole per impedire l'inserimento di dati non validi nelle celle, preservandone la coerenza e la correttezza.



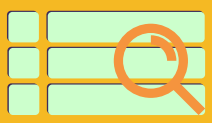
Filtro
Permette di filtrare una selezione di dati per visualizzare solo le righe che incontrano certi criteri.



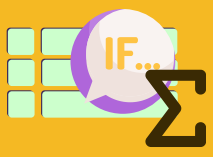
Formattazione condizionale
Permette di formattare i dati in base a dei criteri specifici (per esempio, in rosso i valori minori di 0 e in verde gli altri).

Software per la produttività
Excel / Fogli

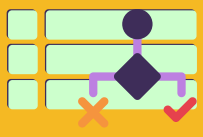
Alcune delle formule più versatili * sono:



cerca.vert
Permette di cercare e riportare nella cella il valore di una colonna di un'altra tabella, sulla base di un attributo che i due gruppi di dati hanno in comune.



conta.se
Permette di contare valori sulla base di un criterio specifico, utile per riassumere le informazioni in una tabella.



se
Permette di fare confronti logici: "se questa condizione è vera, allora scrivi sulla cella questa cosa". Se usata in modo nidificato può diventare molto complessa, ed estremamente versatile.



concatena (&)
Permette di unire più stringhe di testo in una sola cella; gli spazi non vengono inseriti automaticamente. Un altro modo veloce per unire stringhe di testo è usare "&".

**Il nome della formula e la sua sintassi possono leggermente variare tra le varie versioni di programmi per fogli elettronici*

Software per la produttività
Excel / Fogli

Per fare analisi, anche più complesse, sui dati è possibile inoltre utilizzare:



Tabelle PIVOT

Tabelle dinamiche e interattive, con le quali è possibile organizzare, analizzare, filtrare e comparare grandi quantità di dati. Richiedono una base di dati da analizzare locale o remota, e offrono la possibilità di creare grafici interattivi, detti grafici *pivot*.
Possono filtrare, ordinare, raggruppare secondo i valori di altri campi; questo permette di eseguire calcoli e analisi utili nella maggior parte degli ambiti aziendali/lavorativi.



Grafici

I grafici sono rappresentazioni grafiche di valori numerici di facile lettura e comprensione: attraverso barre e linee colorate, torte e punti, rappresentano i numeri e il rapporto esistente tra essi.

I grafici sono "agganciati" a una tabella di dati e per questo sono dinamici, cioè al variare dei dati variano gli elementi correlati (barre, linee, ecc).

Software per la produttività
Power Point / Presentazioni

Power Point / Presentazioni permette di creare, modificare, animare **diapositive multimediali** (*slide*) per realizzare delle **presentazioni**.

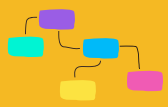


All'interno delle **diapositive** è possibile inserire contenuti di vario genere, tra i quali **grafici**, **tabelle**, video, suoni, ma anche **transizioni**, **animazioni** ed elementi grafici, che rendono più "accattivante" la **presentazione** e allo stesso tempo più **semplice** e immediata la **comprensione** dei suoi contenuti.

Software per la produttività
Power Point / Presentazioni

Quando si utilizza questa tipologia di *software*, è bene ricordare che la **presentazione** che si sta costruendo è **solo** un **supporto** alla **comunicazione**.
Per realizzare un "supporto" efficace è bene curare i seguenti dettagli:

Programma / flusso della presentazione



Prima di iniziare a creare la presentazione è utile scrivere le idee alla base della stessa e creare una sorta di "scheletro" delle *slide*.

Sinteticità e semplicità dei testi



La presentazione deve essere diretta e efficace: non riempire la presentazione con lunghi testi, perché gli spettatori non leggeranno tutto.

Grafica e *font* curati



Uno stile minimale, con *palette* di colori limitate e una struttura più schematica possono aiutare lo spettatore durante la presentazione.

Software per la produttività
Power Point / Presentazioni

Elementi grafici



Aiutano a mostrare i dati in modo visivo e immediato: questo aiuta a mantenere alta l'attenzione di chi guarda la presentazione.

Layout omogeneo



Le slide dovrebbero essere visivamente in linea tra loro: mantenere lo stesso *font* / gamma di colori nelle varie parti della presentazione.

Animazioni ed effetti visivi



È importante inserire in modo accorto animazioni ed effetti grafici. Non bisogna esagerare e spesso basta una transizione sfumata nelle diapositive per risultare professionali.

Software per la produttività
ZOOM | Meet

Zoom è un'applicazione di **videoconferenze** che permette a più persone di **comunicare** tramite video, audio e *chat* in tempo reale.

È molto usata per **riunioni** di lavoro, **lezioni** *online*, **eventi** virtuali e incontri sociali.



Puoi partecipare a una riunione **direttamente** dal tuo computer, ***smartphone*** o ***tablet***, e non è necessario che avere un account per partecipare (**basta il link di invito**).

Software per la produttività
ZOOM | Meet

Per usare al meglio gli strumenti di videoconferenze è bene:

Fare dei test prima della riunione/evento



Verificare il funzionamento di microfono e videocamera in anticipo per evitare problemi tecnici.

Silenziare il microfono se non si parla



In una riunione con molte persone, spegnere il microfono quando non si parla per ridurre i rumori di fondo.

Usare la funzione "Alza la mano”



L’opzione "Alza la mano" permette di chiedere la parola senza interrompere gli altri.

Cura l’immagine video



Se si usa la videocamera meglio evitare la luce alle spalle e usare uno sfondo virtuale per personalizzare l’aspetto della riunione.

Software per la produttività
ZOOM | Meet

Google Meet è un'altra piattaforma per videoconferenze, molto utile specialmente se si utilizzano già gli altri *tool* di *Google Workspace.*





Quale strumento scegliere dipende dall'utilizzo: Zoom è una scelta migliore per riunioni complesse, con molte opzioni avanzate. Se invece si predilige semplicità, accesso rapido via *browser* e uso dell'ecosistema Google, con videochiamate più lunghe e gratuite, meglio Meet.

L'ABC della *Cybersecurity*



Per ***cybersecurity*** si intende l'insieme delle **misure** progettate e adottate per prevenire e ridurre il rischio di attacchi informatici, garantendo la **disponibilità**, **confidenzialità** e **integrità** delle informazioni e dei **dati**.

Il rapporto *Clusit 2025** indica nel **2024** in Italia ci sono stati 357 ***cyber* attacchi** noti e andati a buon fine, il **15% in più** rispetto al 2023.

Secondo il rapporto "Cost of data breach" di IBM, il **costo medio** di una **violazione** dati in Italia ha raggiunto i **4,37 milioni** di euro nel 2024.



Gestire gli aspetti della *cybersecurity* è fondamentale.

** Rapporto Clusit: analisi annuale sul cybercrime e sugli incidenti di sicurezza in Italia e nel mondo*

L'ABC della *Cybersecurity*
Tecniche di attacco

Le principali tecniche di attacco sono:

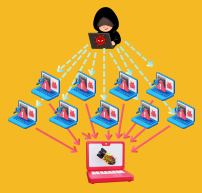
Malware



Codice *software* scritto per danneggiare un sistema informatico e i suoi utenti.

Permette di ottenere l'accesso non autorizzato a sistemi informatici e dati, assumerne il controllo e gestirli da remoto, danneggiarli o "prendere in ostaggio" dati o sistemi in cambio di ingenti somme di denaro ("*Ransomware*").

DDOS (Distributed Denial of Service)



Attacco che vuole mandare in *crash* un *server*, un sito *web* o una rete sovraccaricandoli di traffico.

Di solito il traffico proviene da una *botnet*, ovvero un insieme di dispositivi connessi alla rete il cui controllo viene assunto fraudolentemente da un criminale informatico mediante l'uso di *malware* e tecniche di controllo da remoto.

L'ABC della *Cybersecurity*
Tecniche di attacco

Social Engineering



Il *Social Engineering* è una tecnica di attacco *cyber* che non sfrutta falle dei sistemi informatici, bensì la vulnerabilità umana.

Come canali di attacco si usano strumenti utilizzati quotidianamente dalle persone:

Phishing
Sfrutta la *mail* per rubare dati personali delle vittime.



Pretexting
La vittima viene contattata telefonicamente per ottenere informazioni / denaro.



Baiting
Viene utilizzata una vera e propria "esca", lasciando incustodito un supporto di memorizzazione contenente codice maligno.



Tailgating
Si segue un dipendente autorizzato per accedere all'interno di un'area riservata.



L'ABC della *Cybersecurity*
Best Practices

Per ridurre il rischio di *cyber* attacchi dotarsi di un robusto impianto di *governance* della cybersecurity, è bene partire dalle seguenti *best practices*:

Formazione sulla sensibilizzazione alla sicurezza



La formazione aiuta a comprendere come azioni apparentemente innocue, aumentino il rischio di attacco e a riconoscere ed evitare attacchi di *phishing* e *malware*.

Gestione delle identità e degli accessi



La gestione delle identità e degli accessi permette di controllare il modo in cui gli utenti accedono e usano le risorse.

Disaster Recovery



Svolge un ruolo chiave nel mantenimento della continuità aziendale e nella risoluzione delle minacce in caso di attacco informatico permette di riprendere le operazioni dopo un attacco.

Conclusioni: *competere, innovare, crescere*

La **trasformazione digitale** è un passaggio strategico per consolidare la competitività delle imprese e dei professionisti del territorio. Con questo compendio, l'Area VII della **Camera di Commercio di Roma** ha voluto fornire una guida pratica, essenziale e immediatamente applicabile per compiere i primi passi nel digitale in modo consapevole ed efficace.

I temi affrontati – dalla creazione del sito web alla gestione dei social media, dall'utilizzo degli strumenti di produttività alle principali misure di *cybersecurity* – rappresentano competenze operative di base, utili per iniziare subito a **migliorare** la propria presenza online, **organizzare** meglio i flussi di lavoro e **proteggere** dati e attività.

Conclusioni: *competere, innovare, crescere*

L'invito rivolto a imprenditori e professionisti è di tradurre quanto illustrato in azioni concrete: **adottare** gradualmente gli strumenti presentati, **sperimentare** nuove modalità di comunicazione e gestione interna, **verificare** costantemente il livello di sicurezza dei propri sistemi. Ogni piccolo passo contribuisce a costruire un percorso digitale solido e sostenibile.

La **Camera di Commercio di Roma** conferma il proprio ruolo di supporto, mettendo a disposizione servizi, iniziative di formazione e strumenti dedicati per accompagnare imprese e professionisti in questa evoluzione. **Investire** oggi nel digitale significa **rafforzare** la propria capacità di **competere**, **innovare** e **crescere** nel medio e lungo periodo.

Struttura "Orientamento e digitalizzazione"

Via de' Burrò, 147

www.rm.camcom.it

orientamentoedigitalizzazione@rm.camcom.it

Camera di Commercio
Roma