

EDITORIALE

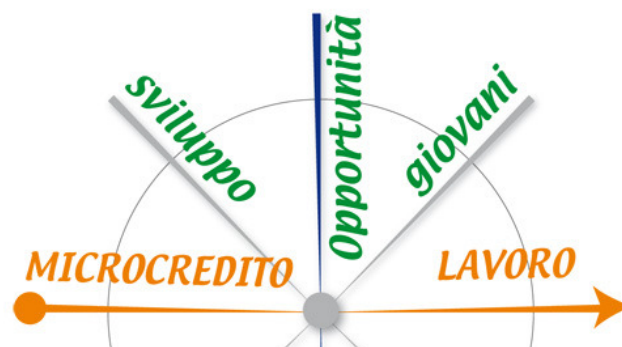
Dare fiducia e credito ai giovani imprenditori

di Francesco Chiappetta

Le recenti previsioni del FMI hanno ridotto le stime della crescita economica globale per il 2012, dal 4% al 3,3%, per effetto in gran parte dovuto alla minore possibilità di consumo dei paesi europei impegnati nel risanamento di bilancio. Un risanamento che, specialmente in Italia, viene ottenuto da un cospicuo incremento della pressione fiscale, senza incidere sui costi improduttivi della politica, né migliorare la produttività del sistema - paese.

Le liberalizzazioni promosse dal governo Monti, se qualcosa stanno muovendo nella trentennale staticità dell'insieme di regole che governano il Paese, tuttavia hanno creato polemiche e contestazioni di impatto ben superiore al beneficio atteso.

Noi apprezziamo il tentativo di rendere più semplice la possibilità di autoimpiego dei giovani, con il recepimento dell'istanza "Srl Facile", da noi citata nello scorso numero. Costituire una srl con un ca-



pitale simbolico di 1 euro e senza spese notarile è un ottimo inizio. Ma il Governo dovrebbe ora proseguire nel garantire ai giovani la possibilità di agevolazioni nel credito, almeno sotto forma di microcredito, per poter disporre di quei pochi fondi iniziali necessari a sostenere un'idea nascente.

L'Italia è una nazione che ha sempre prodotto arte, creatività, fantasia, che esporta in tutto il mondo un "Made in Italy" costituito da moda, design, artigianato. Molti giovani potrebbero trovare la loro strada nella società dando forma alle loro passioni e alle loro capacità, beni immateriali che non hanno valore alcuno negli uffici delle banche.

Se anche una minima parte dei fondi che gli istituti di credito hanno oggi disponibili al tasso dell'1%, fossero impiegati per sostenere le idee imprenditoriali dei nostri giovani talenti, una nuova generazione di imprenditori potrebbe da qui ad alcuni anni fornire una nuova speranza di sviluppo al Paese.

INDICE

RETAIL

Kilo Fascion, a Milano la moda venduta a peso

TREND

Coworking, un nuovo stile di lavoro low cost per i giovani

UNIVERSITA'

Atenei e aziende, uniti nella Ricerca

DIRITTO D'AUTORE

In Europa non esiste solo il copyright, ma anche la privacy

DIRITTO D'AUTORE

Primo sciopero del web per la libertà in Rete

RETAIL

Kilo Fascion, la moda venduta a peso

di Francesca Vespignani

Quanto vale un jeans di buona qualità? 2 centesimi al grammo. E un jeans griffato delle migliori marche? 7 centesimi. Ovviamente è un prezzo outlet, che consente di acquistare un capo in denim dal costo originario di 300 euro a soli 40, sperimentando per la prima volta al mondo un criterio inedito per valutare un capo di abbigliamento. E' l'idea sviluppata dalla bresciana Lilla International Group, che vanta anche la paternità dei molti Temporary Touch&Go, apparsi e scomparsi in diverse città, all'insegna della moda "cogliendo l'attimo": shop a tempo, negozi aperti per un breve periodo che puntano ad attirare consumatori, valorizzando i brand disponibili, e sostenuti da forti campagne di marketing.

Lilla è una trading company attiva in più di 30 paesi nel mondo, fondata nel 1975 con obiettivo puntato sul mondo dello stoccaggio e oggi presieduta da Pino Caviglia, esperto di fashion re-marketing e nel riposizionamento delle eccedenze produttive, che tratta con le più importanti maison di moda. E che ha compreso che l'innovazione è fondamentale per restare in un mercato con successo, come ha dichiarato in un'intervista: *"Ho chiesto a un gruppo di giovani creativi impiegati in azienda di realizzare un'idea rivoluzionaria, che smuovesse il mondo un po' troppo stagnante della moda"*.

Inspirandosi ai negozi dell'immediato dopoguerra, che vendevano i tessuti a peso, i creativi hanno sviluppato il retail brand "Kilo Fascion", in un inglese volutamente ritoccato, il cui primo temporary fashion store ha aperto i battenti nel marzo scorso, splendidamente posizionato in una traversa di Corso Vittorio Emanuele, vicino a Corsia dei Servi. Il successo è stato notevole: in soli 5 mesi sono stati venduti 138mila pezzi, con un fatturato di oltre 3 milioni di euro, superiore del 25% a quanto previsto. In media, il cliente acquista due pezzi e spende



51 euro: valori più alti rispetto a colossi della moda quali H&M. Ovviamente, il temporary non chiuderà, ma si trasferirà poco lontano, in corso Matteotti angolo piazza Meda, indirizzo di altrettanto prestigio, consono alle circa 500 griffe in esposizione, tra cui spiccano Gucci, Hermes, Balenciaga, Galiano, Dsquared, Dolce & Gabbana.

Il claim "Diamo peso alla moda" è ispirato al modello Esselunga, con le bilance che contengono 80 tasti tra cui selezionare camicie o maglioni come mele o pomodori. Ma il negozio, composto da ambienti enormi e spartani, un bazar dagli allestimenti essenziali e urban style, si ispira ad Ikea per l'assenza di assistenti alla vendita e lo stile informale e divertente, molto distante dai templi della moda superelegante del Quadrilatero e dintorni.

I prodotti sono divisi per fasce di prezzo: category good, colore giallo, economico; category better, colore rosa, medio; category best, colore blu, alto. Su ogni cartellino sono indicati il prezzo per grammo e il numero del tasto da premere sulla bilancia, proprio come per frutta e verdura in tanti supermercati: a Milano è ora possibile vestirsi "un tanto al chilo".

TREND

Coworking, un nuovo stile di lavoro low cost per i giovani

di Anna Giannetti

Meno invasivo di un incubatore e più funzionale e prestigioso di un ufficio in affitto, il Coworking si presenta come un nuovo stile lavorativo, ottimo per giovani creativi freelance e per gli ideatori del settore internet, che consente nel contempo di ridurre i costi della "logistica" del lavoro e di mettere in contatto persone che possono sviluppare sinergie professionali.

Il promotore realizza un ufficio composto da postazioni singole inserite in un ampio open space, corredato da sala riunioni, cucina, palestra, angolo relax e quanto altro può essere utile per rendere la giornata di lavoro proficua e piacevole: connessioni internet veloci, attrezzature (impianti di ripresa video, computer, stampanti, videoproiettori, ecc).

Per facilitare l'incontro professionale, ogni ufficio è dedicato ad una area omogenea di attività, nell'ambito della quale le diverse competenze possono trovare opportunità di sviluppo e collaborazione integrata.

Ogni postazione viene affidata ad una persona o team di lavoro che intende realizzare un proprio progetto, per un costo che si aggira intorno ai 200-250 euro mensili: spazi di lavoro low cost che si rivelano una preziosa fonte di contatti e di potenziali sinergie con altri soggetti che abitano l'open space.

Infatti, la scelta di condividere la stessa sala serve a facilitare la conoscenza con professionisti che operano in settori attinenti e correlati, da cui possono nascere collaborazioni che potenziano e migliorano ogni singolo progetto. Il gruppo di lavoro che sta realizzando un sito web può acquisire la collaborazione di un videomaker che trasforma in filmati alcuni contenuti del sito, mentre questi può trovare nell'open space un esperto del suono che compone la colonna sonora del suo video, e così via in un infinito comporsi di inedite collaborazioni e integrazioni tra competenze.

L'esistenza di spazi comuni di lavoro e di aggregazione informale (la cucina, la palestra, l'angolo relax) favoriscono la conoscenza tra i creativi e lo

scambio culturale, che poi si trasforma in un accordo lavorativo

Nato negli Usa, in Italia il coworking si sta iniziando a diffondere da pochi anni, con le prime esperienze della rete internazionale The Hub a Milano.

In Italia ne esistono ora diversi, che sono censiti nell'elenco realizzato da Foursquare all'indirizzo web:

<https://it.foursquare.com/talentgardenit/list/tips>

(Continua a pagina 4)



TREND

Coworking, un nuovo stile di lavoro low cost per i giovani

(Continua da pagina 3)

Nei prossimi giorni (il 12 febbraio) apre un nuovo luogo dove condividere i propri progetti creativi: Open Media Hub, inserito nell'ambito del Parco Telematico dell'Audiovisivo, una delle prime iniziative del Polo Europeo dell'Audiovisivo in corso di realizzazione a Formello, comune a pochi km a nord di Roma, di cui abbiamo già trattato su Sentieri Digitali nel n. 31 del 10 dicembre 2010. Esso si rivolge a videomaker, sviluppatori di servizi e applicativi web based, professionisti e freelance delle nuove tecnologie e del settore dei media. Questi potranno operare in una location che offre non solo logistica ed apparecchiature, ma la possibilità di conoscere nuovi partner con cui valorizzare il proprio progetto e "fare rete" per potenziare le proprie capacità.

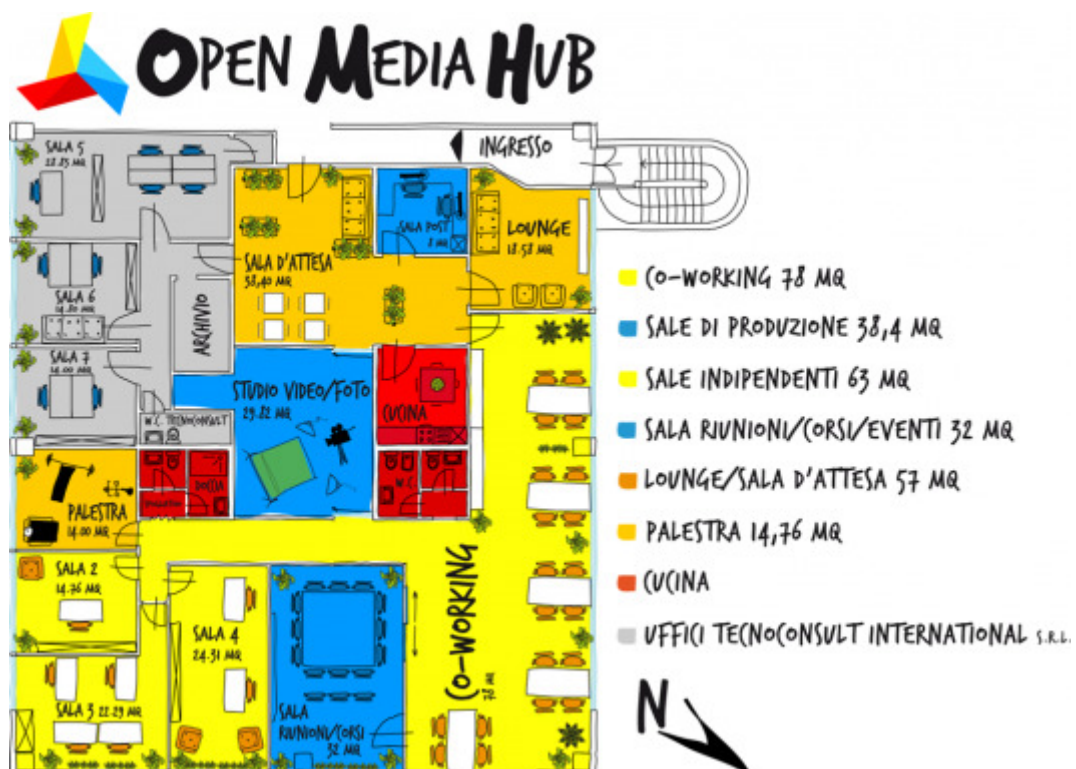
La mappa della location, gestita da Tecnoconsult International srl, mostra un utilizzo ottimale degli spazi, l'esistenza di tutte le comodità che facilitano

il lavoro anche nell'arco di giornate molto lunghe, in cui si vuole "staccare" per una pausa di relax senza interrompere l'attività o uscire dall'ufficio: una cucina per un veloce spuntino, una palestra per scaricare la tensione, una sala dove incontrarsi per riflettere ed effettuare un efficace *brainstorming*.

Il meglio della organizzazione degli uffici della Silicon Valley è stato messo a disposizione dei giovani creativi romani per un costo mensile di 250 euro: una cifra contenuta che consente di lavorare in un ambiente piacevole, costruire un proprio network di contatti professionali immediatamente fruibili e utile anche per presentarsi in modo innovativo ed efficiente nei confronti di clienti o finanziatori.

Zero investimenti, zero impegno nella gestione e mantenimento dell'ufficio, un'ottima qualità del luogo di lavoro e un'immagine dinamica e professionale da offrire all'esterno.

Un'interessante opportunità per giovani creativi che vogliono operare nella produzione di contenuti multimediali, siti web o applicazioni multipiattaforma, quali videogames e intrattenimento. Mettersi in proprio e investire su sé stessi è ora più facile.



UNIVERSITA'

Atenei e aziende,
uniti nella Ricerca

di Andrea Chiappetta

La collaborazione tra aziende ed università è fondamentale sia per migliorare la capacità di innovare delle imprese, che possono usufruire del know-how e dell'esperienza di centri di ricerca di fama, sia per contribuire alla formazione e all'indirizzo dei giovani, che scoprono le esigenze del mondo imprenditoriale ed indirizzano verso di esse il loro percorso di studi.

In Italia, ancora poche imprese si propongono come partner delle università, e pertanto è ancora più apprezzabile l'iniziativa di Populis, gruppo leader nella realizzazione di contenuti verticali (oltre 35.000 al mese) e proprietario dei blog più diffusi in Europa, quali Blogosfere, Blogo ed Excite Europa, di interagire con gli atenei italiani.

La collaborazione con le Università è strutturata in Populis Educate, un insieme di iniziative che propongono alle università progetti di ricerca congiunti, diffondendo la cultura digitale tra i giovani e sperimentando con loro nuove idee ed innovative soluzioni operative.

L'iniziativa di Populis Educate mette in contatto un team aziendale di Populis, composto di professionalità nel marketing e nell'innovazione, con docenti delle facoltà universitarie coinvolte, i quali condividono con gruppi di studenti i progetti di ricerca sperimentale che sono stati decisi.

I primi progetti sono stati già portati a conclusione. Alla Facoltà di Economia "Federico Caffè" dell'Università Roma3, Populis ha coinvolto la



Prof.ssa Michela Addis, docente dei corsi di Marketing e Ricerche di Marketing del biennio magistrale, in un macroprogetto di marketing. Esso ha impegnato circa 60 studenti in 16 differenti azioni: analisi quantitativa e qualitativa, ideazione di campagne di marketing e di comunicazione personalizzate, riguardo i principali prodotti (Blogo, Blogosfere, Excite).

Un altro progetto è stato realizzato con la Facoltà di Ingegneria dell'Università La Sapienza, dove un laureando del Dipartimento di Informatica ha collaborato con il team Product & Innovation di Populis per sviluppare un sistema informatico antiplagio, ideato e personalizzato per la piattaforma di Content on Demand "Populis Create". Il giovane ha operato nel contesto della sua tesi di laurea, coordinando e testando il lavoro da un punto di vista di sostenibilità aziendale.

L'eccellente risultato di queste due esperienze induce Populis a promuovere altri progetti, come ha dichiarato Maura Gallotti, HR Manager di Populis:

"Il successo dei primi progetti Populis Educate e l'interesse verso la nostra Società, che abbiamo riscontrato sia nel mondo Universitario sia tra gli studenti, ha naturalmente aumentato il nostro entusiasmo nel dare seguito all'iniziativa. I benefici di Populis Educate sono molteplici, ma mi preme sottolineare che un aspetto molto interessante è la possibilità di avere Università, studenti ed Azienda che lavorano a più mani su progetti sperimentali, innovativi e complessi." [...]

"Questa esperienza, inoltre, ci conferma che tra i giovani ci sono molti talenti e Populis è sempre interessata a conoscerli e valorizzarli al proprio interno, per raggiungere gli obiettivi futuri anche grazie al loro contributo."

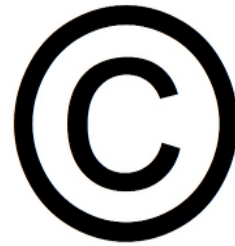
— **blogo**



blogosfere

DIRITTO D'AUTORE

In Europa non esiste solo il copyright, ma anche la privacy



copyright

di Federica Chiappetta

Il diritto alla Privacy deve essere rispettato anche nel quadro della normativa di contrasto alla pirateria on line. Questo è il concetto che emerge dalla recente sentenza della Corte di Giustizia dell'Unione Europea (caso SABAM vs. Scarlet), che si unifica al pensiero espresso da Neelie Kroes, Vice Presidente della Commissione Europea in occasione del Forum di Avignone.

La difesa del diritto d'autore è costata diversi milioni di euro e non ha prodotto risultati significativi in alcun Paese dell'Unione; i proprietari dei contenuti insistono nel richiedere una tutela che, per portare benefici, dovrebbe essere maggiormente invasiva nei confronti della privacy e del diritto di espressione, facendo uso dei filtri antipirateria. Ma questa strada è rifiutata dai legislatori europei che, come ha dichiarato la Kroes, *"non intendono farsi ossessionare dal copyright"*; concetto ribadito dai giudici della Corte, che rifiutano una difesa "assoluta" del diritto d'autore, a scapito di altri diritti fondamentali, come riportato nella sentenza citata:

"sebbene la tutela del diritto di proprietà intellettuale sia sancita dall'art. 17, n. 2, della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea (in prosieguo: la "Carta") non può desumersi né da tale disposizione né dalla giurisprudenza della Corte che tale diritto sia intangibile e che la sua tutela debba essere garantita in modo assoluto".

Nel contempo, la Corte ha invitato i giudici nazionali a bilanciare la tutela dei diversi diritti contrapposti:

"è compito delle autorità e dei giudici nazionali, nel contesto delle misure adottate per proteggere i titolari di diritti d'autore, garantire un giusto equilibrio tra la tutela di

tali diritti e quella dei diritti fondamentali delle persone su cui incidono dette misure".

Nel dettaglio, la tutela "assoluta" del diritto d'autore, con tutti i mezzi disponibili, come vorrebbero gli interessati, provocherebbe diverse conseguenze nefaste. Due riguardano i cittadini: la lesione del diritto alla privacy, poiché i filtri antipirateria "leggono" i contenuti scambiati; la riduzione della libertà di espressione, poiché sarebbero censurate le comunicazioni i cui contenuti siano anche parzialmente ritenuti protetti da copyright.

Ma ne sarebbero colpite anche le imprese, a cui spetterebbe l'onere dello sviluppo, uso e monitoraggio dei filtri antipirateria: costi definiti "abnormi" dai giudici, che condizionerebbero la libertà economica (solo i soggetti più forti potrebbero sopportarne il costo, distorcendo la concorrenza e il libero mercato) dei fornitori di servizi web. Essi dovrebbero investire risorse a beneficio esclusivo dei detentori dei diritti di proprietà intellettuale, diventando controllori del mercato dei contenuti sul web, un ruolo completamente estraneo all'esercizio di impresa.

Quanto indicato dalla Corte europea conferma il dettato della Direttiva sul Commercio Elettronico che esclude qualsiasi obbligo di controllo, monitoraggio e filtraggio dei contenuti da parte del fornitore di servizi web.

Impostazione condivisa dal Tribunale di Roma, che nel mese scorso ha escluso, nel procedimento che ha visto contrapposti RTI-Mediaset e Google, la responsabilità del portale Blogger nel prevenire la pubblicazione di materiali protetti da diritti (nella fattispecie, le partite di calcio della serie A in streaming). Google ha prontamente chiuso il sito, su segnalazione, ma non può essergli addebitato una mancata sorveglianza dei contenuti pubblicati sulle sue piattaforme.

DIRITTO D'AUTORE

Primo sciopero del web
per la libertà in Rete

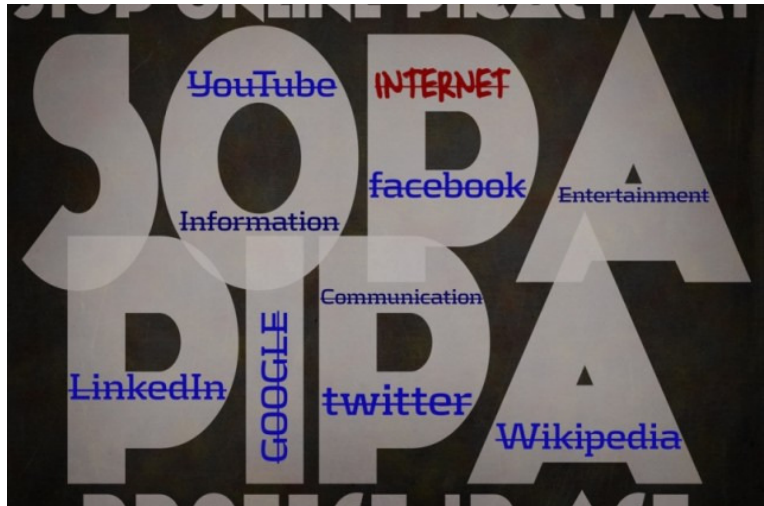
di Federica Chiappetta

I disegni di legge Usa a tutela del copyright sul web, noti con gli acronimi di SOPA - Stop Online Piracy Act e PIPA - Protect IP Act, hanno suscitato intense proteste tra i maggiori player di Internet. Da Wikipedia a Google, da YouTube a Facebook, la protesta si è estesa alle organizzazioni per la difesa dei diritti umani, attente a preservare la libertà di espressione minacciata dalle misure in discussione, che prevedono il monitoraggio della Rete e l'oscuramento dei contenuti considerati "illeciti" in quanto lesivi del diritto d'autore.

Nel pieno della protesta, il Presidente Obama ha preso posizione nettamente, dichiarando che la Casa Bianca non intende sostenere in alcun modo una eventuale norma che restringa la libertà di espressione, un pilastro della identità americana, o limiti la capacità di espansione del web, in termini di innovazione, creatività, crescita culturale.

I vantaggi che il web ha portato all'economia e alla società sono tali da dover difendere le potenzialità di sviluppo della Rete da qualsiasi forma di censura o restrizione. Anche se Rupert Murdoch in persona ha twittato contro Obama e ha accusato di "puro furto" le aziende del web, attribuire al Dipartimento di Giustizia il potere di bloccare i domini "rei" di violazioni del diritto d'autore sarebbe una inquietante similitudine con quanto avviene in regimi totalitari, quali la Cina o l'Iran.

L'elemento più controverso della legge è l'imposizione al fornitore di servizi on line (provider, portale, motore di ricerca, ecc) della responsabilità su quanto caricato o scambiato dagli utenti. Le aziende del web sarebbero pertanto obbligate ad un monitoraggio continuo del flusso di dati, attività che costituisce un costo aggiuntivo considerevole, proporzionale alla quantità di materiale trattato: si



pensi, ad esempio, alle migliaia di video che sono pubblicati su YouTube ogni minuto. Inoltre, si verificherebbe la lesione della privacy per gli utenti, dovendo controllare anche lo "scambio" di comunicazioni tra essi.

Infine, si sottolinea la stravaganza di trasformare le aziende del web in censori che devono valutare l'eventuale presenza di materiale protetto da copyright, al fine di bloccarne la diffusione. Giuridicamente è un principio pericoloso, perché attribuisce ad un soggetto privato (il fornitore di servizi web) il potere di rimuovere un contenuto, potere che deve spettare esclusivamente ad un giudice, dopo avere sentito le parti in un processo. Attualmente, invece, il portale o provider cancella i contenuti che infrangono il diritto d'autore non su propria iniziativa, ma in seguito alla segnalazione da parte degli aventi diritto.

Anche i confini della liceità dei contenuti sono confusi: la dizione di "contenuto lesivo" e la definizione di "sito malevolo" sono talmente indefinite da poter potenzialmente ampliare il controllo anche a quanto viene condiviso tra gli amici in un social network quale Facebook, oppure inviato via mail.

In questa forma, la tutela del diritto d'autore va a incidere sulla libertà di espressione e - più in generale - sulla libertà di impresa; è da prevedere che la norma, così come è strutturata oggi, difficilmente sarà approvata in un Paese in cui la libertà è un

(Continua a pagina 8)

DIRITTO D'AUTORE

Primo sciopero del web per la libertà ...

(Continua da pagina 7)

concetto chiave del corpus legislativo. Già il successo riportato dal primo "sciopero della Rete" nella storia di Internet, che ha coinvolto i maggiori soggetti quali Wikipedia, Google e numerosi altri, ha incrinato il fronte dei promotori, al punto che il Congresso ne ha sospeso l'approvazione.

Nel contempo, sull'onda della protesta dell'opinione pubblica, anche colossi quali Nintendo e Sony hanno ammorbidito le loro posizioni a favore, per evitare di incorrere nella sanzione più grave decretata dai consumatori: il boicottaggio dei loro prodotti.

In molti invece invitano a riflettere sul rapporto tra pirateria e consumo di prodotti digitali:

come ha ricordato il New York Times, a suo tempo l'industria cinematografica insorse contro la diffusione delle videocassette, che invece divennero un'ulteriore fonte di guadagni per le majors di Hollywood. E in Svizzera il Consiglio Federale ha recentemente confermato la liceità del download di materiale audiovisivo a fini di uso personale, in quanto esso non riduce il business del settore, ma contribuisce a fidelizzare i consumatori, che copiano i dischi ma affollano i concerti. La pirateria è infatti un mezzo di fruizione complementare, e non alternativo: osservazione condivisa da molti artisti olandesi, che devono la loro visibilità ai sistemi di download che diffondono le loro opere.

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
Anna Giannetti
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



Imagine a World
Without Free Knowledge

For over a decade, we have spent millions of hours building the largest encyclopedia in human history. Right now, the U.S. Congress is considering legislation that could fatally damage the free and open Internet. For 24 hours, to raise awareness, we are blacking out Wikipedia. [Learn more.](#)

Make your voice heard



Facebook Google+ Twitter



Associato
All'Unione Stampa Periodica Italiana
(USPI)