

## EDITORIALE

### Smartphone e banda larga: la rete rischia il collasso

di Francesco Chiappetta

Nell'evoluzione della telefonia mobile, la diffusione degli smartphone sta spostando rapidamente lo sviluppo del traffico dalla voce ai dati: un mutamento che mette a rischio le reti, provocando non pochi interrogativi ai gestori di telecomunicazioni. Gli smartphone sono stati la felice intuizione di un'industria degli apparati mobili che ha saputo reinventarsi ed evolversi in modo straordinario. Se ancora oggi la durata di vita di un cellulare è largamente sotto i due anni, lo si deve alla sua continua evoluzione: schermi più grandi, poi a colori; integrazione di altri apparecchi (macchina fotografica, lettore mp3, antenna gps per la navigazione satellitare); applicazioni più semplici e potenti. Ora la possibilità di navigare sul web con schermi larghi 800 pixel (come una pagina web vista sul pc) consente infiniti utilizzi in mobilità.

Il traffico cresce esponenzialmente: in Gran Bretagna, nel mese di dicembre si è navigato da cellulare – sul solo sito di Facebook – per 2,2 miliardi di

minuti.

Riuscirà la rete mobile a sostenere questo crescente traffico? Gli smartphone utilizzano banda larga in misura maggiore di 30 volte un normale cellulare. Mike Lazaridis, ceo di RIM ha dichiarato al Mobile World Congress di Barcellona che le reti rischiano il collasso se i produttori di smartphone non riescono a sviluppare apparecchi che utilizzano meno banda larga. L'AD di Telecom Italia, Franco Bernabè, ha affermato che il mercato delle applicazioni per smartphone è "destinato a esplodere" ed è "...il fenomeno più importante del momento, il più rappresentativo di quanto sta accadendo nel mondo della telefonia mobile". Ma le applicazioni generano profitti per gli sviluppatori, non per gli operatori, e quindi, secondo Bernabè "il problema degli operatori è come mantenere una qualità adeguata di fronte a questa enorme esplosione del traffico dati".

Serve quindi un nuovo modello di business per gli operatori, e questo sarà il punto centrale dello sviluppo delle tlc mobili nei prossimi trimestri.



## INDICE

<b>COMUNICAZIONE</b> IGPDecaux e la creatività in aeroporto	<b>COMUNICAZIONE</b> "Rifiutare con affetto", il riuso degli oggetti	<b>CONSUMI</b> Risparmiare nella GDO con risparmioper.it	<b>INNOVAZIONE</b> Il wireless in medicina  <b>INTERVISTA</b> Francesco Nicotri, Forum Nazionale dei Giovani
--	---	---	--

## COMUNICAZIONE

IGPDcaux  
e la creatività  
in aeroporto

di Annalisa Mancini

Cosa hanno in comune Aristotele, Sir Walter Scott e Baudelaire? E l'italiano Leo Longanesi, il cinese Lao-tse? Secondo IGPDcaux, molto. Ancora una volta l'aeroporto si trasforma in vetrina della creatività: stavolta su iniziativa del gigante europeo della comunicazione esterna, che ha commissionato all'agenzia italiana Ellemme una campagna istituzionale innovativa. Frasi celebri di scrittori e pensatori campeggiano su pannelli luminosi all'interno degli aeroporti milanesi di Malpensa e Linate. Non c'è logo ad accompagnare il testo, neppure in quello che rappresenta da anni lo slogan di IGPDcaux: 'Uscite con noi, non passerete inosservati', dove il gioco di parole allude all'attività di distribuzione di spazi pubblicitari sui mezzi di trasporto.

E' un modo originale per riempire gli spazi pubblicitari temporaneamente vuoti, accendendo l'interesse e la curiosità del viaggiatore. Caratteri grandi



e un forte contrasto cromatico con lo sfondo richiamano l'attenzione e facilitano la lettura a distanza.

Le lettere che compongono le parole sono disposte in ordine errato e casuale, a formare una sorta di anagramma, ma il lettore impiega solo pochi istanti per identificare significato complessivo e autore. Noterete che è stato invertito l'ordine delle lettere centrali, mantenendo inalterata la posizione della prima e dell'ultima di ogni parola. Secondo una ricerca dell'Università di Cambridge, infatti, l'ordine delle lettere in una parola non ha importanza: ciò che conta è che la prima e l'ultima lettera siano al posto giusto. Il cervello umano non legge le singole lettere ma l'insieme dei caratteri che compongono la parola, decodificandone il senso in base al vocabolario in memoria.

Così 'La sparneza è un songo ftato da svlegi' diventa 'La speranza è un sogno fatto da svegli' (Aristotele). La speranza è un antidoto contro la crisi economica, come il bene augurante 'La vita senza allegria è una lampada senza olio' (Scott), mentre 'Il modo migliore di dimenticare il tempo è impiegarlo' (Baudelaire), 'Un viaggio lungo mille chilometri inizia con un piccolo passo' (Lao-tse) e 'L'arte di trascorrere il tempo è l'arte di non inseguirlo' (Longanesi) rinviano allo spazio e al tempo, grandezze note ai viaggiatori.





## proteggi il tuo futuro.

Un'Agenzia al tuo servizio per offrirti una consulenza qualificata, costruendo e proteggendo le tue certezze.

Rivolgendosi a noi, Famiglie, Professionisti ed Imprese potranno ottimizzare il livello di copertura assicurativa diminuendo in modo rilevante i costi.

SFERA Assicurazioni opera con diverse compagnie, ponendo al centro dell'attenzione l'Assicurato e le sue necessità.



Numero Verde Gratuito  
**800 985 230**

[info@sferassicurazioni.it](mailto:info@sferassicurazioni.it)  
[www.sferassicurazioni.it](http://www.sferassicurazioni.it)



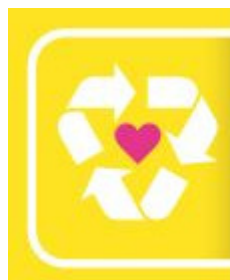
## TREND

## “Rifiutare con affetto”, la nuova frontiera dei cassonetti per favorire il riuso degli oggetti

di Annalisa Mancini

Anche se ci è difficile ammetterlo, siamo una società ricca che spreca molte risorse. Nella propria quotidianità, avviene spesso che ci si disfi nell'immondizia di un oggetto per il quale si ammette che “dispiace buttarlo via” ... ma quale alternativa è possibile? Chi accetterebbe mai, nella cerchia dei nostri conoscenti un oggetto “usato”, che qualcun altro ha “buttato via”? Inoltre, non sempre le associazioni benefiche posso essere d'aiuto: o hanno sede lontano, e si è troppo pigri da raggiungerle, oppure preferiscono denaro contante, piuttosto che oggetti.

Tuttavia, il trend ecologista in atto sta insinuando nella mente del consumatore il dubbio che distruggere nella pattumiera oggetti ancora funzionanti, utilizzabili e in buono stato sia uno spreco insopportabile: ma che fare del cellulare appena sostituito da un avveniristico *smartphone*, o della lampada che non si armonizza con il nuovo arredamento?



## Rifiuto Con Affetto

Ora c'è una soluzione semplice, perché non richiede rispetto di orari di apertura, necessità di dare spiegazioni sulle proprie scelte e che non espone ad alcun giudizio, perché anonima: è il contenitore di Rifiuto con Affetto, un'iniziativa nata in alcune città del Veneto (Venezia, Mestre, Rovereto, ecc) che speriamo si diffonda rapidamente in tutta la penisola. I contenitori sono posizionati nelle strade principali, oppure in spazi pubblici quali biblioteche, scuole, centri di aggregazione sociale, come “armadi pubblici” a disposizione di tutti i cittadini. Gli oggetti depositati si rimettono in circolazione, salvandoli dalla discarica (che è un costo sociale) e dalla distruzione, perché qualcuno, in perfetto anonimato, li sceglie e se li porta via per usarli: così, ciò che è diventato inutile per una persona, diventa utile per un'altra. Un oggetto “lasciato” viene “preso”, riacquistando utilità e valore e allungando il suo ciclo di vita: un'idea che nasce nel ricco nord-est del Paese, grazie alla cultura e alla sensibilità dei suoi abitanti.



## CONSUMI

## www.risparmiosuper.it

### Come risparmiare al supermercato

### E come raccogliere gratuitamente

### dati sulle abitudini di consumo

di Monica Polito

In America li chiamano *cherry pickers*, i “coglitori di ciliegie”: sono le persone che scelgono con cura in ogni supermercato le merci in offerta suddividendo la propria spesa tra diversi punti vendita. Attività da disoccupati, casalinghe o pensionati a basso reddito, che hanno molto tempo da dedicare agli acquisti, ma poco denaro da spendere.

Ora che la crisi finanziaria ha esteso i suoi effetti al mondo del lavoro, anche nel nostro Paese si osserva una maggiore attenzione nel rifornirsi di beni di uso quotidiano, e la GDO (Grande Distribuzione Organizzata) ne tiene conto nel compilare i “volantini degli sconti”. Che sono corposi, fino a dimezzare alcuni prezzi, ma che vanno poi riequilibrati con “ritocchi” ai prezzi di altri beni, per evitare di assottigliare i margini dei punti vendita. Questo secondo aspetto delle strategie di prezzo è stato spesso ignorato dai consumatori, che acquistano i prodotti scontati, ma poi, per comodità, completano la spesa nello stesso punto vendita: salvo poi indispettirsi quando, alcuni giorni dopo, scoprono di aver compensato con prezzi più alti su altri beni i risparmi ottenuti sulle “offerte speciali”.

Ma ora gli esperti di marketing delle grandi catene di supermercati dovranno considerare le conseguenze di un nuovo strumento a disposizione dei consumatori: il sito RisparmioSuper, che registra tutti i prezzi delle maggiori catene di supermercati nelle principali città italiane.

#### **RISPARMIOSUPER.IT**

Per ora, il sito è operativo solo a Milano, a breve sarà disponibile anche per Roma, Torino e Palermo, e registra i prezzi di oltre 5.000 prodotti; le catene di supermercati “monitorate” costantemente

LA SPESA  
È TROPPO CARA



sono tredici (a breve diventeranno 17), tra le più grandi e diffuse sul territorio nazionale: Auchan, Carrefour, Duperdi, Esselunga, Euronics, Expert, Gs, Il Gigante, Lidl, Mediaworld, Pam, Trony e Unieuro.

L'utente può chiedere dove costa di meno un determinato prodotto, oppure inviare la propria “lista della spesa” e selezionare il punto vendita dove, complessivamente, spenderà di meno.

Il successo del sito, la cui consultazione è completamente gratuita, è altissimo: 3.500 pagine visitate ogni ora, per la sola città di Milano e nei primi giorni di lancio sono un ottimo indicatore di validità del sistema. E, a dimostrazione della crisi dei consumi in atto, la pagina più visitata del sito riguarda i “prodotti sotto i due euro” di costo.

#### **IL MODELLO DI BUSINESS:**

##### ***raccogliere dati da vendere ai produttori di merci.***

Qual è il modello di business dei creatori del sito? Non hanno introiti di pubblicità, né ricevono denaro dagli utenti. Ma i dati che raccolgono sulle interrogazioni al database dei prodotti consentono di costruire in immenso database di abitudini di consumo (specialmente riferite alle “liste della spesa”) che saranno pagate profumatamente dalle aziende produttrici, in quanto contengono dati che, essendo anonimi, sono perfettamente rappresentativi delle intenzioni d'acquisto dei consumatori.

Ad esempio, si sa già che lo “scontrino medio” sul sito si aggira intorno agli 80 euro: osservarne la sua variazione sarà un ottimo indicatore dell'evoluzione dei consumi. Meglio delle statistiche ufficiali, o di qualsiasi altra previsione effettuata con interviste.

## INNOVAZIONE

## Il wireless in medicina: una “pillola” che trasmette dati diagnostici e veicola farmaci

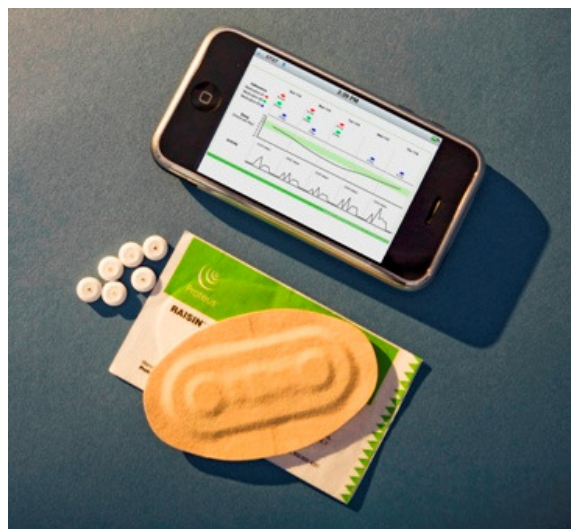
di Viviana Lucca

Gli scienziati hanno elaborato dei dispositivi capaci di monitorare lo stato di salute del paziente e di trasmettere all'esterno i dati in tempo reale. Il segreto sta nel microchip - grande come un capello, assicurano i ricercatori - contenuto in una pillola. In questo modo, oltre ad un controllo costante e preciso della malattia dell'individuo, vi è un risparmio notevole di medicinali. Uno studio effettuato dal New England Healthcare Institute sostiene che questa invenzione potrebbe far risparmiare agli Stati Uniti 290 miliardi di dollari, che ogni anno vengono sprecati perché le persone hanno la tendenza ad abusare dei farmaci. Il consumo eccessivo dei medicinali, infatti, viene definito in America “il secondo problema di droga”.

La pillola - microchip è stata ipotizzata dalla californiana Proteus Biomedical, mentre Novartis AG ha speso 24 milioni di dollari per assicurarsi il brevetto e la distribuzione.

Come funziona? La pillola, che contiene sia il farmaco sia il microchip, viene ingerita dal paziente. Il sensore, realizzato con materiale organico, vitamine e cibo, viene attivato dall'acido dello stomaco. A questo punto il chip invia a un cerotto impermeabile incollato alla pelle della persona vari dati, quali ad esempio battito cardiaco, pressione, temperatura corporea, sonno e immagini interne. Il paziente, infine, tramite il suo cellulare, invia i dati criptati a Proteus, che li rispedisce decrittati sul telefonino o in e-mail.

I dati sono a disposizione del paziente, ma anche dei suoi familiari e del medico curante. L'obiettivo è quello di ottenere una corretta prevenzione, un monitoraggio costante e reale, nonché quello di evitare abusi e sprechi di farmaci e di denaro.



Certo, una pillola di questo tipo è invasiva. Non tutti, forse, accetteranno il fatto di essere “messi a nudo” in questo modo. Eppure, potrebbe diventare efficace per anticipare la formazione di alcune malattie o per tenerne sotto controllo altre notoriamente pericolose.

Joe Jimenez, il direttore generale della Novartis, afferma che: “*Con moltissime malattie, con l'oncologia o nei casi di trapianti, il monitoraggio costante è fondamentale e vista da questa prospettiva, quello che questa nuova tecnologia permetterà è facile da intuire e senza dubbio utile*”.

La pillola è sotto sperimentazione per malattie cardiache, ipertensione e tubercolosi e sarà immessa sul mercato alla fine del 2011.

Altre invenzioni stanno nascendo. La MicroCHIPS Inc. di Bedford, Massachusetts, sta realizzando un impianto in grado di valutare il livello di glucosio nel sangue e di inviare i dati via wireless per controllare i malati di diabete. La Vitality Inc, invece, ha messo a punto il GlowCap, ovvero un “coperchio intelligente” che diventa arancione quando è ora di prendere il farmaco e che si mette a suonare quando la medicina non viene assunta all'ora prestabilita.

Il trend nel settore è avviato: la scienza si muoverà lungo questo percorso, con risultati concreti e validi. Il corpo umano viene sempre più scoperto e analizzato, ma in questo caso, quello tra il bios e la scienza, potrebbe non essere un connubio irrispettoso.



## INTERVISTA

## Francesco Nicotri, co-ideatore e co-responsabile del corso “Narrare l’etica e l’economia”

di Andrea Chiappetta

Intervistiamo Francesco Nicotri, uno dei promotori del primo corso intergenerazionale “Narrare l’economia e l’etica. Dieci punti di vista per le nuove generazioni”.

### **Francesco, sei uno studente universitario che sta completando i suoi studi, come è nata l’idea?**

Innanzitutto grazie per questo spazio di informazione, per niente scontato. La volontà di dar vita al corso, a cui tu hai fatto riferimento, nasce dalle esperienze sin qui maturate come studente dell’Università Luiss. In particolare, determinante è stata la convinzione che nel XXI secolo solo le società aperte possono sopravvivere. E in questo senso il Forum Nazionale dei Giovani si è, sin da subito, configurato come naturale terreno di prova e di sperimentazione e il corso - nella constatazione di un tendenziale depotenziamento delle sedi tradizionali di confronto pubblico - si è proposto come luogo dove fare un’autentica esperienza di dialogo con autorevoli protagonisti dell’economia, della politica e della cultura e delle religioni del nostro Paese, oltre dove potersi informare ed imparare.

La scommessa appare vinta, considerato l’elevato di corsisti (più di 160) che è il risultato nella maggior parte dei casi del semplice passaparola. Ma, soprattutto, questi dati hanno confermato la mia tesi secondo cui noi giovani, troppe volte accusati di un’ingenerosa debolezza concettuale e di orientamento, siamo ancora sensibili alle grandi proposte e alle impegnative sollecitazioni.

### **Perché è stato scelto il tema narrare l’etica e l’economia?**

L’attenzione al tema economico è stata motivata dal fatto che, quello del corretto uso delle risorse

per vivere l’esistenza, coinvolge davvero tutti. Ecco perché - come ben spiegato nella presentazione del corso da Mons. Samuele Sangalli, direttore scientifico del nostro corso - nella fase di storia dell’Occidente in cui ci troviamo a vivere, spesso difficile da definire se non con rimandi a ciò che non c’è più (post-moderna, post-ideologica, post-cristiana), nella difficoltà di trovare interessi comuni capaci di stimolare energie per un lavoro sinergico, si ritiene che l’attenzione alla tematica economica sia un ottimo punto di partenza. Per avviare alla riflessione sulla pertinenza del discorso etico. per prendersi cura della vita del singolo e della comunità, per costruire la maturità umana di ogni giovane come un’adulità che non sia distonica tra competenza professionale e statura morale.

In un periodo storico, poi, in cui «L’arte di narrare - come scriveva Walter Benjamin - si avvia al tramonto. Capita sempre più di rado d’incontrare persone che sappiano raccontare qualcosa come si deve: e l’imbarazzo si diffonde sempre più spesso quando, in una compagnia, c’è chi esprime il desiderio di sentir raccontare una storia» - si è scelto l’approccio narrativo, perché ha una forte capacità di orientare; poiché narrare storie significa mettere in circolo valori, direzioni, orientamenti. In questa prospettiva metodologica si sta affrontando l’esame del rapporto possibile tra etica ed economia, considerando più punti di vista (il punto di vista è ciò che ci governa nel fare le cose) magari per confermare i propri ma dopo aver fatto un giro

(Continua a pagina 8)



## INTERVISTA

## Francesco Nicotri

(Continua da pagina 7)

largo che consenta di guardare le cose da angolature che sono differenti.

**Il primo incontro ha visto partecipare due importanti relatori, il primo è stato il direttore del Corriere della Sera, Ferruccio De Bortoli, il secondo Mons. Samuele Sangalli, che messaggio hanno trasferito ai numerosi giovani presenti ?**

Nell'intervento del Direttore De Bortoli abbiamo potuto rileggere e ri-comprendere la crisi, potendo ciascuno farsi una propria compiuta valutazione delle responsabilità collettive ed individuali e delle distorsioni generatesi.

La relazione del Prof. Sangalli ha reso ragione dello schema che si è voluto assumere nell'organizzare il corso, con importanti sollecitazioni ai giovani consisti a diventare protagonisti della fase storica che viviamo e indicando nell'incontro con l'altro (o con una cultura "altra") la strada da percorrere per ritrovare l'uomo e i valori che qualificano l'umano.

L'iniziativa, coinvolge numerosi università, queste attività possono essere viste anche sotto l'aspetto dell'aggregazione? Roma ha numerose università, ma che per ovvi motivi è impossibile frequentare e quindi confrontarsi con gli altri studenti, incontri di questo tipo, oltre all'impor-

tante aspetto culturale formativo, contribuiscono anche a far aggregare giovani con diverse esperienze, culture etc ?

In parte, credo, di avere già risposto involontariamente. Alla base del nostro corso vi è questo grande sforzo di incontro e di pensiero, a cui fai fatto cenno. Dialogo che se non è scontato tra i giovani di una stessa facoltà, figuriamoci di una università diversa o peggio ancora di religione o cultura differente da quella prevalente.

In questo senso, il vantaggio competitivo del corso è rappresentato proprio dall'istituzione che l'ha promosso ed organizzato: il Forum Nazionale dei Giovani. Così è stato possibile abbattere ogni immaginabile muro e costruire un ponte tra le nuove generazioni per dar vita a questo esame del rapporto possibile tra morale ed economia.

**Chi sarà il prossimo ospite ?**

Prossimamente vedremo dialogare Pier Luigi Celli (AD e DG della Luiss) e l'imprenditore Claudio Velardi sul tema delle "Organizzazioni ed operatori economici: quali Etiche possibili?" Un tema di grande attualità esaminato da due personalità che per le loro molteplici esperienze sapranno, certamente, apportare un autorevole contributo, con quella freschezza e leggerezza di cui sono entrambi collaudati portatori.

## 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  
Andrea La Mesa  
a.lamesa@sentieridigitali.it

Hanno collaborato a questo numero:

Viviana Lucca  
Annalisa Mancini  
Monica Polito

Per la pubblicità su questo periodico scrivere a:  
promo@sentieridigitali.it

**Editore**

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

