

EDITORIALE

Il processo di integrazione delle politiche europee

di Francesco Chiappetta

Non è solo il tema dell'immigrazione a dividere l'Europa. L'assenza di un coordinamento comune e la tendenza a privilegiare gli interessi nazionali emerge in tutte le aree critiche della *governance* globale: l'economia, il mercato del lavoro, i sistemi di tassazione. Il processo di integrazione è ora mirato alle emergenze in atto, ovvero alle politiche fiscali e di bilancio, alla luce della crisi che ha investito la Grecia, l'Irlanda e il Portogallo.

Sulla necessità di raggiungere l'accordo per una politica comune vi è un sostanziale consenso, favorito anche dal confronto internazionale con macro-aree e nazioni la cui potenza sovrasta il singolo Paese europeo: gli Usa, la Cina, l'Estremo Oriente, sono soggetti nei confronti dei quali è necessario che l'Europa si presenti unita. Tuttavia, come già è avvenuto nella elaborazione di una comune politica di gestione e sostegno all'agricoltura, gli attriti e le



contrapposizioni sono evidenti.

Se finora l'integrazione europea stenta a decollare, la motivazione è duplice: da un lato, la scarsa propensione alla trattativa degli stati "forti" (quali la Germania e la Francia), che tendono a sfruttare l'occasione della *governance* comune per conquistare privilegi per le proprie imprese. Ad esempio, se una quota importante dei prodotti caseari "tipici" italiani è preparato con latte proveniente dalla Germania, e ora da altri paesi dell'Est, è evidente che la suddivisione delle quote di produzione del latte ha penalizzato le aziende italiane. Di conseguenza, i Paesi che temono che la centralizzazione delle

(Continua a pagina 2)

INDICE

MERCATO	INTERNET	NORMATIVA	EVENTI
I Laogai cinesi, dove il lavoro forzato produce pomodori	Il New York Times diventa a pagamento	La privacy nel mondo. La legislazione dei principali Paesi	Settimana della Cultura, i Musei in promozione

EDITORIALE

Il processo di integrazione delle politiche europee

(Continua da pagina 1)

decisioni danneggiano le proprie imprese, tendono a rifiutare la elaborazione di politiche comuni.

Ogni nazione, nel tempo ha raggiunto un proprio equilibrio (e così il suo tessuto produttivo), composto da diversi mix (tassazione, welfare, sicurezza del lavoro, peso dello Stato). Ora la prima conseguenza della nascita di una politica comune su uno qualsiasi dei temi economici (armonizzazione delle rendite finanziarie, aliquote di tassazione, status degli ordini professionali, ecc) rappresenta un rischio enorme sulla stabilità della singola nazione e sul benessere dei suoi cittadini.

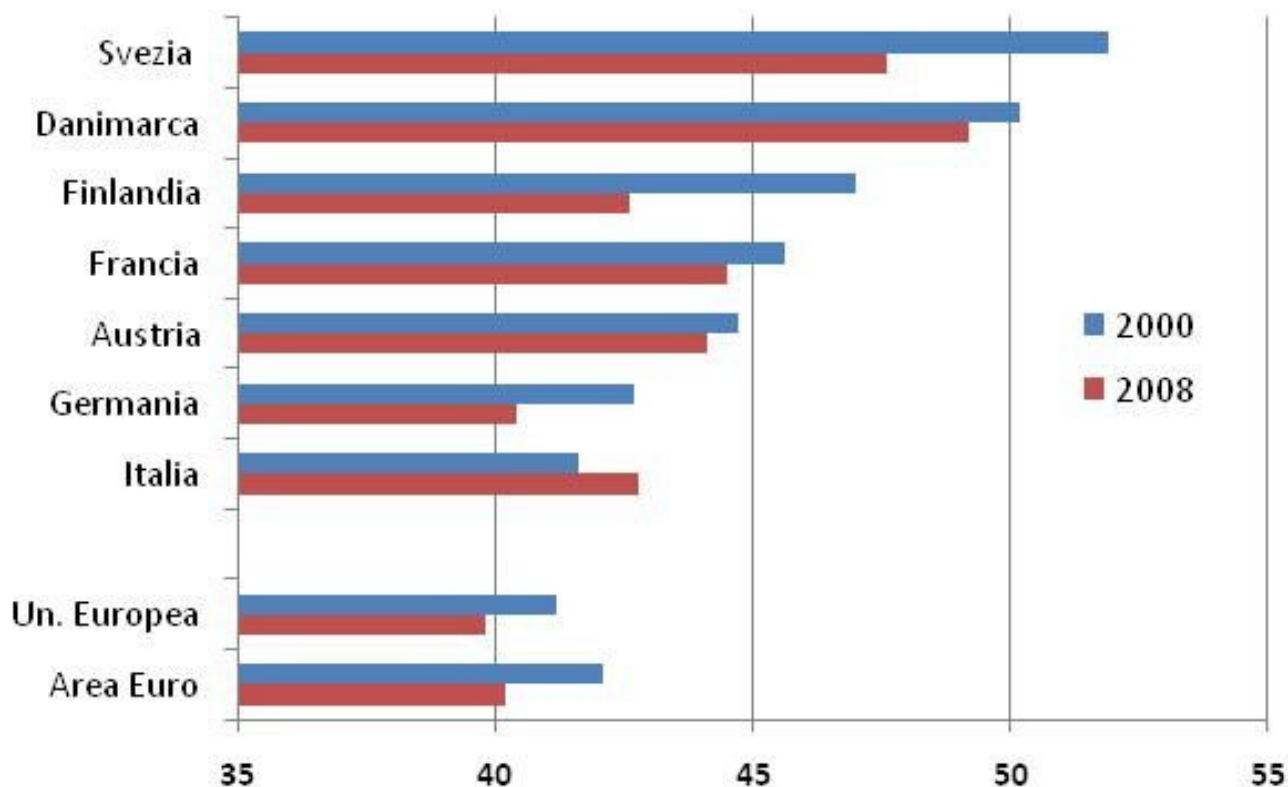
E' una situazione molto complessa da gestire, che non può essere lasciata in mano ai burocrati di Bru-

xelles, ma deve diventare un tema politico di discussione nei singoli paesi, coinvolgendo i cittadini e prospettando loro le diverse alternative e i possibili benefici futuri.

Proseguire come si è operato finora, ovvero con direttive che scendono "dall'alto" e che faticano a trovare applicazione in ambito locale, specie se incidono profondamente sull'economia del luogo rischia di mettere in difficoltà la coesione sociale della UE. Per esempio, l'anno scorso, la regolamentazione della pesca decisa a Bruxelles ha avuto pesanti conseguenze sui territori che da essa traevano la loro ricchezza.

Equilibrio, negoziazione e attenzione alle realtà locali sono i presupposti per la corretta elaborazione, e per la successiva pacata accettazione, dei prossimi passi che l'Europa vorrà compiere verso una sempre maggiore cessione della sovranità nazionale nei confronti di essa.

Graf. 1 - I paesi U.E. a più elevata pressione fiscale (Entrate fiscali in % del Pil)



MERCATO

I Laogai cinesi, dove il lavoro forzato produce pomodori

di Annalisa Mancini

Il rapporto della Laogai Research Foundation intitolato “Dai Lager Cinesi Alle Nostre Tavole”, presentato dalla Coldiretti il 28 marzo scorso presso Palazzo Rospigliosi a Roma, ha aperto uno squarcio sul silenzio che copre l'orrore dei laogai, i lager cinesi. Oltre 4 milioni di persone, tra i quali anche il Premio Nobel Liu Xiaobo, sono imprigionati in oltre 4mila campi di concentramento, dove subiscono – oltre al lavaggio del cervello – la costrizione ai lavori forzati in condizioni disumane.

Lo sviluppo cinese così ammirato nel mondo si fonda anche sullo sfruttamento di prigionieri, ad unico vantaggio del Partito Comunista Cinese, che li impiega come forza lavoro gratuita nelle imprese di Stato. Come la Chalkis, che si serve dei carcerati delle prigioni dello Xinjiang per produrre tonnellate di pomodoro concentrato che viene venduto anche a grandi gruppi della distribuzione italiani. Un fenomeno di grandi dimensioni, se si considera che i campi di concentramento dispongono di terreni coltivati per 1,4 milioni di ettari.

Come ha illustrato Francesca Romana Poleggi, membro del Comitato Esecutivo della Fondazione Laogai Research, il rapporto pubblicato nel dicembre 2010 sulle esportazioni di prodotti agricoli provenienti dalle prigioni cinesi evidenzia una condotta criminosa del regime dittatoriale.

Non solo il prodotto cinese non risponde agli stan-



dard qualitativi e di sicurezza imposti dalla UE, particolarmente attenta alla tutela della salute del consumatore e quindi ai residui di pesticidi ed altre sostanze nocive. Non solo le esportazioni a basso costo dalla Cina costituiscono una concorrenza sleale nei confronti delle produzioni nazionali, che faticano e essere vendute ad un prezzo remunerativo per le aziende.

C'è di più: questi prodotti a basso costo che invadono i mercati occidentali pongono anche una questione morale molto importante: può un Paese democratico come l'Italia accettare che le sue imprese acquistino merce da vendere sul territorio nazionale che sia stata realizzata con l'uso del lavoro forzato? E' un problema che per la prima volta è stato posto all'attenzione della stampa e del largo pubblico, per sensibilizzarlo sul problema e per rendere più forte il sostegno alla proposta di legge bipartisan, presentata nel novembre scorso dall' On. Marco Calgaro, contro l'importazione e il commercio dei prodotti del lavoro forzato. Un gesto di civiltà e democrazia necessario contro la barbarie della dittatura cinese.



APPROFONDIMENTO

L'import alimentare dalla Cina è in forte aumento. Nel 2010 il 42% del totale (498 milioni di euro) è costituito da pomodoro conservato, trasformato dalle aziende italiane diventando “made in Italy” nella sua etichetta. Infatti la legge prevede che nei contenitori al dettaglio sia obbligatorio indicare solo il luogo di confezionamento, ma non quello di coltivazione del pomodoro.

INTERNET

Il New York Times diventa a pagamento

di Federica Chiappetta

Il New York Times ha attivato dal 28 marzo scorso il servizio a pagamento per la consultazione on line del quotidiano, abbandonando il modello di business basato sulla pubblicità. Nonostante il web produca utili fornendo gratis i contenuti, il più prestigioso quotidiano del mondo ha preferito limitare l'accesso gratuito ai suoi articoli alla misura di 20 nell'arco di un mese, proponendo abbonamenti per ogni fruizione più intensa del proprio sito.

Arthur Ochs Sulzberger Jr, editore del NYT ha così informato i suoi lettori: *«È un passo importante, speriamo che lo vediate come un investimento nel New York Times, che rafforzerà la nostra capacità di fornire un servizio giornalistico di alta qualità in tutto il mondo e su qualsiasi supporto»*

Le tariffe (per 4 settimane) variano da 35 dollari per l'accesso illimitato mediante qualsiasi supporto digitale (computer, smartphone e tablet), a 20 (solo pc e tablet) e 15 per il solo accesso via smartphone. Una diversificazione che lascia perplessi: l'opzione più ampia è la semplice somma delle più semplici (35 = 15 + 20), senza nemmeno un piccolo

sconto che generalmente si applica a tutte le versioni più complete. E, soprattutto, non tiene conto della fruizione globale che, da qualunque mezzo tecnico sia effettuata, rimane pur sempre la medesima.

Attualmente, il sito nytimes vanta 4 milioni di utenti unici al giorno, 650 milioni di pageview al mese e un tempo medio sul sito di 13 minuti (dati Ad Planner): una manna, in termini di ricavi pubblicitari, che saranno ampiamente sforbiciati dalla chiusura del sito agli accessi gratuiti.

Sarà infatti da verificare quanti, tra coloro che consultavano gratis il sito, saranno disposti a pagare un importo mensile non indifferente. Anche perché lo stile mostrato dall'editore non è stato dei migliori, e rischia di attirarsi le ire e le antipatie (con conseguente boicottaggio) del popolo del web.

Infatti, accennando all'ipotesi che con un semplice "trucco" si possa aggirare il limite dei 20 articoli mensili, l'editore Sulzberger ha affermato: *«Chi non pagherà per leggerci su Internet sarà come un ladro che ruba una copia del giornale in edicola»*, aggiungendo che lo faranno *«gli adolescenti del liceo e i disoccupati»*. Che poi quando diventeranno adulti (i primi) e troveranno lavoro (i secondi) si guarderanno bene da diventare lettori del NYT. Forse, rileggersi Gratis di Chris Andersen avrebbe potuto modificare le scelte strategiche evitando mosse azzardate.

Become a Digital Subscriber starting March 28.

Introducing three great ways to get unlimited access to NYTimes.com and more.



	REGULAR RATE (USD)
NYTIMES.COM + SMARTPHONE APP Unlimited access to NYTimes.com and the NYTimes smartphone app. See details	\$15 every four weeks
NYTIMES.COM + TABLET APP Unlimited access to NYTimes.com and the NYTimes tablet app. See details	\$20 every four weeks
ALL DIGITAL ACCESS Unlimited access to NYTimes.com and the NYTimes tablet and smartphone apps. See details	\$35 every four weeks

To take advantage of a special introductory offer,
COME BACK MARCH 28.

NORMATIVA

La privacy nel mondo. La legislazione dei principali Paesi

di Federica Chiappetta

La legislazione in materia di privacy per quanto concerne l'email marketing, il telemarketing, il direct mail e il fax marketing è frutto delle diverse esperienze e sensibilità dei cittadini, che si riflette nelle leggi emanate dagli Stati. Ne scaturisce uno scenario abbastanza complesso, a causa dell'eterogeneità delle scelte legislative, che pone problemi di uniformazione delle strategie di comunicazione alle imprese multinazionali.

L'elemento chiave su cui si opera è la preferenza legislativa per l'opt-in (in cui è consentito inviare comunicazioni solo a destinatari che si sono iscritti volontariamente in precedenza) o l'opt-out (le aziende possono spedire comunicazione a chiunque, e spetta al destinatario esprimere la sua volontà di disiscriversi dalla lista).

La differente impostazione legislativa influisce profondamente sulle possibilità di azione delle aziende. Laddove è consentito l'opt-out, è semplice "comprare" liste di indirizzi e di email a cui inviare le comunicazioni. Su internet è facile trovare addirittura liste di elenchi di pubblico dominio, a costo zero, da inondare di pubblicità.

Nel caso di legislazione sulla privacy basata sull'opt-in, le comunicazioni possono essere inviate solo a coloro che si sono volontariamente iscritti ad un elenco di una specifica azienda. Volontà che può essere modificata dall'utente in qualsiasi momento, vietando da tale istante all'azienda la spedizione di ulteriori messaggi. Un criterio molto restrittivo, che soprattutto rappresenta una fonte di costi per l'azienda, che deve investire per poter avere il primo contatto con l'utente, al fine di ottenere il suo esplicito consenso all'invio di comunicazioni.

In Italia, vige una disciplina particolarmente restrit-



tiva, che la pone, insieme alla Spagna, in cima ai paesi europei più attenti alla tutela della privacy dei cittadini. La normativa è in continua evoluzione, colmando le aree che presentano criticità per gli utenti: la più recente modifica è la nuova legge sull'opt-out per il telemarketing, entrata in vigore il 1° febbraio 2011, che istituisce il Registro Pubblico delle Opposizioni, come richiesto dalla Commissione Europea (che ha deciso di ritirare il procedimento aperto contro l'Italia per il "telemarketing selvaggio").



Tale registro consente agli utenti di negare l'utilizzazione del proprio numero telefonico ai fini di chiamate promozionali, mediante un'iscrizione gratuita e revocabile in qualsiasi momento: una esigenza sentita da molti, al punto che fino dai primi giorni il sistema di registrazione è stato intasato dalle richieste. Infatti l'uso del telefono per contattare potenziali clienti presso le proprie abitazioni era considerato un grande disagio dai cittadini.

La sensibilità dei cittadini nei confronti della privacy genera nel tempo norme più restrittive, e le aziende devono farsi carico di seguire attentamente l'uscita di nuove leggi, per evitare pesanti sanzioni economiche.

NORMATIVA

LA PRIVACY NEL MONDO

	E-mail		Telemarketing		Direct mail	Fax	
	B2B	B2C	B2B	B2C		B2B	B2C
Argentina	AR Opt-out	AR Opt-out	AR Opt-out	AR Opt-out		AR Opt-out	
Australia	Opt-in	Opt-in		Opt-out DNC	AR Opt-out	Opt-out	
Austria	Opt-in	Opt-in	Opt-in	AR DNC	AR Opt-out	Opt-in	Opt-in
Belgio	Opt-in	Opt-in	Opt-out		AR Opt-out	Opt-in	
Cina	Opt-in	Opt-in					
Danimarca	Opt-in	Opt-in	Opt-out; DNC	Opt-out; DNC	AR Opt-out	Opt-in	Opt-in
Finlandia	Opt-in	Opt-in	Opt-out		AR Opt-out	Opt-out	Opt-in
Francia	Opt-in	Opt-in	Opt-out	Opt-in	AR Opt-out		Opt-in
Germania	Opt-in	Opt-in	Opt-in	Opt-in	AR Opt-out	Opt-in	Opt-in
Giappone	Opt-in	Opt-in	NR	NR	AR Opt-out		
Grecia	Opt-in	Opt-in			AR Opt-out	Opt-in	
Groenlandia	Opt-in	Opt-in	Opt-out	Opt-out	AR Opt-out		
Hong Kong	Opt-out	Opt-out		Opt-out	Opt-out		Opt-out
Inghilterra	Opt-out	Opt-in	Opt-out DNC	Opt-out DNC	AR Opt-out	AR Opt-out	Opt-n
Irlanda	Opt-in	Opt-in			AR Opt-out		
Israele	Opt-out	Opt-out					
Italia	Opt-in	Opt-in	Opt-out*	Opt-out	Opt-in	Opt-in	Opt-in
Lussemburgo	Opt-out	Opt-in			AR Opt-out		
Malesia	Opt-out	Opt-out	Opt-out	Opt-out	Opt-out	Opt-out	
Messico	Opt-out	Opt-out					
Norvegia	Opt-in	Opt-in	Opt-out	Opt-out DNC	Opt-out DNC	Opt-in	Opt-in
Nuova Zelanda	Opt-in	Opt-in	AR Opt-out	AR Opt-out	AR Opt-out	AR Opt-out	
Olanda	Opt-in	Opt-in	NR	Opt-out	AR Opt-out		Opt-out
Polonia	Opt-in	Opt-in	Opt-in	Opt-in		Opt-in	Opt-in
Portogallo	Opt-out	Opt-in	Opt-out	Opt-in	AR Opt-out	Opt-out	Opt-in
Repubblica Ceca	Opt-in	Opt-in	Opt-in	Opt-in	Opt-out	Opt-in	Opt-in
Singapore	Opt-out	Opt-out					
Slovacchia	Opt-in	Opt-in	Opt-in	Opt-in		Opt-in	Opt-in
Spagna	Opt-in	Opt-in		Opt-in	AR Opt-out		
Stati Uniti	Opt-out	Opt-out		DNC	AR Opt-out		AR Opt-out
Sud Africa	Opt-out	Opt-out					
Sud Corea	Opt-out	Opt-out					
Svezia	Opt-out	Opt-in	Opt-out	Opt-out DNC	Opt-out DNC	Opt-out	Opt-in
Svizzera	Opt-in, AR	Opt-in, AR	NR	NR	NR	NR	NR
Taiwan	Opt-out	Opt-out	Opt-out	Opt-out	Opt-out	Opt-out	
Ungheria	Opt-in	Opt-in	Opt-out	Opt-out		Opt-out	Opt-out

Legenda:

AR = autodisciplina; **DNC** = do not call – Registro pubblico delle opposizioni; **NR** = nessuna regolamentazione

*Per l'Italia la DNC è valida solo se le numerazioni sono prese dagli elenchi telefonici.

EVENTI

Settimana della Cultura, i Musei in promozione

di Annalisa Mancini

Il prezzo del biglietto non è più una scusa. Da alcuni anni, grazie a fortunate campagne promosse dal MiBAC, il Ministero dei beni culturali, i musei e siti archeologici si visitano gratuitamente. Basta cogliere le promozioni che il MiBAC lancia in occasione di date e celebrazioni particolari: alcune di queste sono ormai un appuntamento tradizionale, come la Settimana della cultura, che prenderà il via il 9 aprile 2011. Per 9 giorni, fino al 17 aprile compreso, italiani e stranieri avranno accesso gratuito all'intero patrimonio artistico e archeologico statale: musei, gallerie, giardini, ville ed edifici storici. Lo slogan ('Sei il cittadino più fortunato del mondo. Per nove giorni') fa leva sull'inestimabile ricchezza a disposizione di ogni cittadino italiano, il più fortunato del mondo. A condizione, naturalmente, che sappia approfittarne.

Solo nella città di Roma, il patrimonio di proprietà



**PER NOVE GIORNI
ENTRI GRATIS NEI MUSEI STATALI.**

dello Stato comprende il Colosseo, le Gallerie di Palazzo Barberini e Borghese, il Museo nazionale etrusco di Villa Giulia, la Galleria Nazionale d'arte moderna, il Foro Romano e la Domus Aurea. Alle porte di Roma, nell'antica Tibur (oggi Tivoli), luogo di villeggiatura prediletto dagli antichi romani, libero accesso alle ville Adriana e d'Este.

Di iniziativa promozionale in iniziativa, negli ultimi due anni il MiBAC ha incrementato sensibilmente il numero dei visitatori dei tesori statali. Grazie anche all'accesso libero in occasione dell'8 marzo, 1° Maggio, Notte dei Musei (quest'anno il 14 maggio), Giornate europee del patrimonio e

(Continua a pagina 8)

**L'ARTE
TI FA GLI
AUGURI.**

ENTRI GRATIS
NEI MUSEI
STATALI
IL GIORNO
DEL TUO
COMPLEANNO.

MiBAC MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI

WWW.BENICULTURALI.IT

EVENTI

Settimana della Cultura ...

(Continua da pagina 7)

Musei in Musica. Visto il successo della prima edizione, il Ministero ha deciso di replicare anche MartedìArte, che prevede l'apertura serale e gratuita dei principali musei statali ogni ultimo martedì del mese, dal mese di marzo a dicembre 2011 (il prossimo appuntamento è il 26 aprile,

www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sitoMiBAC/Contenuti/MibacUnif/Eventi/visualizza_asset.html_845640711.html).

A inizio 2011, infine, il MiBAC ha inaugurato *L'arte ti fa gli au-*

guri, prendendo in prestito un particolare de *La Nascita di Venere*, la celebre tela di Sandro Botticelli esposta agli Uffizi. Per tutto l'anno la campagna promozionale regala a ogni visitatore, nel giorno del suo compleanno, un ingresso gratuito a un luogo della cultura a scelta e senza alcuna formalità: al festeggiato sarà sufficiente presentare il proprio documento d'identità. Unico requisito, la cittadinanza dell'Unione Europea. Anche questa iniziativa innesca un circolo virtuoso, e il MiBAC lo sa: una volta assaggiati i tesori del nostro patrimonio, della cultura non si può più fare a meno.

**MARTEDÌ
IN ARTE**

Nell'ultimo martedì di ogni mese, fino a dicembre, i maggiori Musei Statali offrono un'apertura straordinaria e gratuita dalle 19 alle 23.
Un'occasione unica per regalarsi una serata diversa,
tra meraviglie e capolavori senza tempo.

WWW.BENICULTURALI.IT

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI
800 88 11 89
MIBAC è su: facebook twitter App Store

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

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)