

## EDITORIALE

### Internet fa crescere l'economia. Se ci sono le infrastrutture

di Francesco Chiappetta

Il rapporto diffuso alcuni giorni fa da Boston Consulting e Google (Fattore Internet: l'impatto del web sull'economia italiana) descrive una rapida e intensa crescita dell'economia *web-based* a livello mondiale: le web imprese non hanno sofferto la recente crisi e ora rappresentano il 7,2% del Pil britannico e il 7,3 del Pil danese. Ma solo il 2% (pari a 31,6 mld di euro) del Pil italiano.

Uno scenario che per il futuro pone degli interrogativi sullo sviluppo del nostro Paese. Che va a due velocità: rapido nell'acquisire nuove tecnologie cellulari (15 milioni di italiani utilizzano gli *smartphone*, di cui 10 milioni sono connessi al web), lento nella realizzazione di infrastrutture (banda larga) e nell'acquisire nuove abitudini (acquisti via web, pubblicità on line), al punto da posizionarsi al penultimo posto dei Paesi Ocse, davanti soltanto alla Grecia.



Internet è il futuro, specialmente per le Pmi: quelle che hanno adottato modelli di marketing o di vendite on line hanno avuto ottimi risultati economici, nonostante la crisi: una crescita dell'1,2%, mentre le imprese che non hanno nemmeno un sito web hanno visto contrarsi i loro fatturati del 4,5%. Il vantaggio del web è particolarmente marcato per le aziende attive nell'export, in cui la forbice tra quelle presenti sul web (vendite + 15%) e quelle assenti (+4%) diventa molto ampio.

Questi dati rappresentano un monito ed una riflessione per le Istituzioni, che devono impegnarsi per realizzare le necessarie infrastrutture di banda larga in tempi rapidi, per facilitare l'attività delle nostre imprese e contribuire alla crescita del Paese.

Il dibattito sulla ripresa dell'economia è attualmente

*(Continua a pagina 2)*

## INDICE

INTERNET	INTERNET	ISTITUZIONI	MERCATO
Facebook diventa verde? La richiesta di GreenPeace	Commenti on line: quando il diritto di critica diventa Diffamazione	Largo ai giovani, scende il limite di età per l'elettorato passivo	Tim Jackson: undici 'passi' per una nuova economia

## EDITORIALE

## Internet fa crescere l'economia. Se ci sono le infrastrutture

(Continua da pagina 1)

te sbilanciato sulla distribuzione di fondi, come se il denaro da solo potesse risolvere i problemi delle imprese. Invece, oggi l'impasse della nostra economia è soprattutto infrastrutturale. Negli anni Cinquanta, per facilitare le comunicazioni e i commerci sono state costruite le autostrade, simbolo di modernità e di progresso, che hanno "accorciato" le distanze e ridotto tempi e costi di trasporto.

Oggi le comunicazioni e i trasferimenti avvengono

in gran parte via internet, e la competitività delle aziende dipende dalla velocità e dalla affidabilità della Rete.

E' qui che lo Stato deve investire, azzerando il *digital divide* sia per le imprese che per i cittadini: i primi aumenteranno la produttività, i secondi acquisiranno maggiore familiarità con il web, diventando acquirenti dei siti di e-commerce e fruitori della pubblicità on line. Solo in questo modo si abatterà il distacco che ci separa dalle nazioni più avanzate, evitando che le nostre imprese siano messe ai margini dei grandi flussi di traffici della globalizzazione.

**Nota:** il report della ricerca può essere scaricato dal sito [www.fattoreinternet.it](http://www.fattoreinternet.it)

**SFERA**  **Assicurazioni**

Via Elio Lampridio Cerva 87/A - 00143 Roma

Tel. 06 5195 6778 - Fax 06 5193 250 - E-mail: [info@sferassicurazioni.it](mailto:info@sferassicurazioni.it)



*Per una copertura a prova di gatti neri,  
scegli SFERA Assicurazioni,  
un'Agenzia al vostro servizio per tutti i rami.*

**Chiamaci per  
un preventivo:  
06-5195.6778**

## INTERNET

## Facebook diventa verde? La richiesta di GreenPeace

di Annalisa Mancini

Oltre ottantamila attivisti di Greenpeace di tutto il mondo hanno inserito commenti sulla pagina di Facebook <http://www.facebook.com/unfriendcoal> lo scorso venerdì 14 aprile, superando così il record dei commenti inseriti in un solo giorno (l'obiettivo era 50.000). A Milano, in contemporanea, altri attivisti dell'associazione hanno srotolato da un balcone di Piazza Duomo uno striscione con la scritta "Facebook ci piaci verde". L'obiettivo è convertire il quartiere generale di Facebook alle rinnovabili entro il prossimo 22 aprile, Giornata Mondiale della Terra.

Oltre 600.000 utenti di FB hanno aderito alla campagna dall'inizio dell'anno, circa 1 su 100. Un'enorme mobilitazione per chiedere al grande social network di adottare solo energia pulita per alimentare i propri sistemi, dai server agli archivi, dai computer all'illuminazione degli uffici. Se lo staff del Social Network ha un'età media intorno ai 30 anni (compreso il fondatore Mark Zuckerberg) e le nuove generazioni sono le più ricettive, non si tratta di una sfida impossibile. E invece, secondo

Greenpeace, il 55% dell'energia che alimenta i sistemi di Facebook deriva dal carbone, contro il 12,7% di Yahoo e il 34% di Google.

"Facebook sta sostenendo in tutto il mondo l'attivismo e la democrazia – ha dichiarato Andrea Boraschi, responsabile della Campagna Energia e Clima di Greenpeace in Italia - Adesso Facebook ha l'opportunità di guidare anche una rivoluzione energetica, eliminando fonti pericolose come nucleare e carbone e passando alle rinnovabili".

Nel mirino di Greenpeace ci sono il cloud computing e i colossi dell'informatica, tutt'altro che verdi (v. il rapporto "Cloud Computing and its Contribution to Climate Change"):

[www.greenpeace.org/usa/en/media-center/reports/make-it-green-cloud-computing](http://www.greenpeace.org/usa/en/media-center/reports/make-it-green-cloud-computing)). Il settore delle tecnologie informatiche è quello con la maggior crescita al mondo in termini di uso di energia elettrica. Secondo il rapporto pubblicato da Greenpeace, al tasso di crescita attuale i centri di elaborazione dei dati e i sistemi di comunicazione del settore informatico consumeranno nel 2020 più del triplo di oggi. Vale a dire circa la metà dei consumi elettrici attuali degli Stati Uniti e più di quanto consumano oggi Francia, Germania, Canada e Brasile insieme. Facebook aprirà presto il primo di due nuovi centri di elaborazione, ognuno con consumi equivalenti a 40.000 abitazioni.



## INTERNET

## Commenti on line: quando il diritto di critica diventa diffamazione

di Federica Chiappetta

Condividere opinioni sui negozi on line e commentare l'affidabilità dei venditori e le proprie esperienze di acquisto sono azioni che i consumatori svolgono sempre più spesso su forum e community. E' una potenzialità interessante che offre la Rete: da un lato i clienti sono liberi di esprimere le loro impressioni, dall'altro le aziende possono monitorare la loro reputazione sul web e riparare eventuali errori.

Ma non tutto è così semplice: può avvenire che il cliente, deluso per un disservizio, si lasci andare a sfoghi pesanti, credendosi protetto dall'anonimato. Infatti sul web non è necessario dichiarare la propria identità, è sufficiente registrarsi con un *nickname* di fantasia, ma si deve ricordare che la tracciabilità dell'utente è sempre possibile, poiché ogni forum o community prende nota dell'indirizzo IP di chi scrive. Esso consente di identificare l'utente in maniera univoca, inchiodandolo alle sue responsabilità.

### APPROFONDIMENTO

#### L'indirizzo IP

E' il numero identificativo sulla rete internet mondiale, un insieme di quattro numeri che identifica in maniera univoca, e pertanto certa, l'utente, ovunque egli sia nel mondo. Come ha rilevato la Cassazione, l'indirizzo IP è assegnato «in via esclusiva a un determinato computer connesso».

Le aziende hanno in genere un IP fisso, mentre i soggetti che si collegano da un qualsiasi provider hanno un indirizzo IP variabile, che viene assegnato ad ogni connessione da un elenco di indirizzi disponibili per il provider. Questi mette a disposizione delle Autorità i nominativi dei clienti che hanno utilizzato, in un dato istante, un loro indirizzo IP.



In genere, per evitare problemi, è il moderatore del forum / community che cancella i commenti più estremi, quelli dove compaiono insulti. Ma se il commento rimane on line e l'interessato ne viene a conoscenza, può scattare una denuncia per diffamazione (art. 595 codice penale): che non porta automaticamente ad una condanna, ma che comunque costituisce un problema non indifferente per un comune cittadino.

La libertà di espressione sancita all'art 21 della nostra Costituzione, trova limite nel diritto all'onore e alla reputazione del venditore. La legge consente di criticare l'operato del commerciante, di descrivere la disavventura in cui ci si è trovati, ma è del tutto fuori luogo (oltre che configurabile come reato) indicarlo come ladro, farabutto, delinquente, truffatore, ecc., andando a ledere la sua dignità e il suo onore.

Sul piano giuridico, l'art. 21 della Costituzione stabilisce quale principio il diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero "con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione", e quindi anche con Internet. Tuttavia esso trova limitazione in un altro diritto, altrettanto protetto da norme di rango costituzionale (artt. 2 e 3): il diritto alla tutela della persona umana, che si concretizza nella difesa del diritto alla reputazione, all'onore, alla riservatezza, all'immagine e al nome.

Criticare significa descrivere fatti oggettivi, esprime  
(Continua a pagina 5)

## INTERNET

## Commenti on line: quando il diritto di critica diventa diffamazione

(Continua da pagina 4)

mere opinioni suffragate dai fatti, che diventano utili per la community dei consumatori; sulla critica il venditore non può opporsi: può solo operare per migliorare il suo comportamento e riparare il danno subito dall'utente esasperato. Infatti, la Cassazione ha ribadito che non costituiscono offese alla reputazione *"le critiche, le sconvenienze, l'infrazione della suscettibilità o la gelosa riservatezza"* (cfr. Sez. 5 set. 3247 del 1995 rv. 201045).

Quindi non vi è diffamazione se la critica espone un argomento di pubblico interesse (c.d. pertinenza), se sono stati rispettati i limiti dell'obiettività e della correttezza della forma espressiva (c.d. conti-

nenza), e se l'informazione esposta è essenzialmente vera e circoscritta.

Questi requisiti si riferiscono alla diffamazione in ambito giornalistico, ma può avvalersene chiunque produca informazione con i suoi scritti (cfr. Cass. pen., Sez. V, 1° luglio 2008, n. 31392, in Dir. inf., 2008, 808: *"solo l'esistenza di tali presupposti, infatti, attribuisce efficacia scriminante ai diritti di cronaca e critica da chiunque e con qualsiasi mezzo esercitati"* e Cass. pen., Sez. V, 1° luglio 2008, n. 31392).

Come fare allora, se si è delusi da un venditore on line? Inizialmente contattarlo per risolvere personalmente la questione, successivamente rivolgendogli la classica *"diffida ad adempiere"* o la *"messa in mora"*. Ma sempre operando per vie legali, senza cedere alla tentazione di *"vendicarsi"* con frasi ingiuriose finalizzate a danneggiarne l'onore e la reputazione, trasformando la critica in una gogna mediatica.

### APPROFONDIMENTO

#### Come individuare una diffamazione

La dottrina individua con chiarezza gli elementi che ravvisano la fattispecie di diffamazione.

Con riferimento ai *contenuti*, costituiscono diffamazione:

- notizie false, informazioni insinuanti, allusioni subdole, anche se citate in forma dubitativa;
- parole offensive, insulti, epiteti denigratori;
- similitudini ed accostamenti che possono essere socialmente interpretabili come lesivi ed offensivi;
- informazioni veritiere ma denigratorie, qualora non siano di pubblico interesse e non siano riferite in modo obiettivo e formalmente corretto;
- citazioni, anche se "tra virgolette" di parole di altri, qualora il loro contenuto abbia le caratteristiche già citate.

Alcune considerazioni completano la valutazione:

- il rispetto del diritto all'onore deve essere valutato sia a livello delle singole parole sia dell'intero testo in oggetto;
- il destinatario della diffamazione deve essere individuabile, anche se non ne è citato espressamente il nome; altrimenti non vi è rilevanza penale;
- l'offesa rivolta ad un'azienda, ovvero ad una entità giuridica, è riferibile in termini immediati all'imprenditore che esercita l'impresa. In tal senso, la persona giuridica è capace di essere titolare dell'onore sociale e di essere soggetto passivo di reato.
- il reato scaturisce dalla condotta oggettiva, senza che sia necessario dimostrare l'intenzione di offendere la reputazione (*animus diffamandi*); infatti è sufficiente il *dolo generico*, ovvero la volontà di utilizzare espressioni offensive con la consapevolezza di danneggiare l'altrui reputazione (cfr. Sez. 5 sent. 28661 del 30-06-2004).

## ISTITUZIONI

## Largo ai giovani, scende il limite di età per l'elettorato passivo

di Andrea Chiappetta

E' stato approvato dal Governo un ddl costituzionale, su proposta dei ministri Giorgia Meloni e Roberto Calderoli, per abbassare l'età d'accesso all'elettorato passivo: dai 25 ai 18 anni per la Camera dei deputati e dai 40 ai 25 per il Senato. Una riforma che avvicina la normativa italiana all'Europa, essendo la nostra nazione quella dove l'elettorato passivo si consegue più tardi: per le elezioni la soglia di accesso è di 25 anni, mentre è di 23 in Francia (ma è in corso il dibattito per portare il limite a 18 anni), 18 in Gran Bretagna (recentemente abbassato dai precedenti 21) in Germania, Spagna e Paesi Bassi.

Il testo del ddl recepisce i contenuti di una proposta bipartisan presentata nel gennaio scorso dai deputati Gozi e Graziano del Pd e Formichella e Centemero del Pdl, che risponde ad una esigenza sempre più sentita dai giovani. Ad esempio, l'Associazione Giovani per Roma aveva già nel gennaio 2010 (vedi SentieriDigitali n. 1 del 12 gennaio 2010) valutato l'ipotesi di organizzare una raccolta di 50 mila firme, per presentare una Proposta di Legge di iniziativa popolare, così come previsto nella nostra Costituzione. O, in alternativa, proporre un Decreto Legislativo di iniziativa parlamentare, interessando Deputati e Senatori di tutti i partiti.

Il testo approvato da Palazzo Chigi, come emerge dalle dichiarazioni ufficiali "apporta significative



*modifiche alla Carta fondamentale tese ad incrementare e rendere più effettiva la partecipazione dei giovani alla vita sociale, economica e politica", equiparando le condizioni di elettorato attivo e passivo.*

Molti lamentano l'assenza dei giovani dal dibattito politico e dalle Istituzioni. In realtà l'attività dei giovani si è spostata dalle manifestazioni di piazza, di clamore mediatico ma di scarso significato come crescita personale, verso modalità di aggregazione finalizzate allo studio e allo svago, con un occhio alla solidarietà. L'Associazione Giovani per Roma è un modello di questa nuova *vision* delle nuove generazioni: per i 150 anni dell'unità d'Italia sono stati organizzati seminari di approfondimento presso l'università, una festa allo Spazio Novecento con raccolta fondi per la Onlus SalvaMamme SalvaBebè e numerose altre iniziative che coinvolgono i giovani universitari romani.

L'Associazione è aperta a tutti i giovani (dai 18 ai 35 anni) è apolitica e si propone di contribuire con le sue iniziative alla crescita culturale e sociale dei giovani, che saranno la classe dirigente di domani.

ASSOCIAZIONE  
GIOVANI PER ROMA

ITALIA150 GIOVANI

## MERCATO

## Tim Jackson: undici 'passi' per una nuova economia

di Annalisa Mancini

L'ultimo è l'economista Tim Jackson, professore di Sostenibilità all'Università del Surrey, membro della Commissione Sviluppo Sostenibile del Regno Unito e autore del saggio *Prosperità senza crescita* (*Prosperity without growth: economics for a finite planet* - economia per un pianeta con risorse limitate). Prima di lui ne ha parlato Serge Latouche, il noto filosofo francese fondatore del movimento della Decrescita serena, mentre in Italia il sogno di uno sviluppo più etico e non infinito prende il nome di 'Decrescita felice' o 'Slow food Italia'.

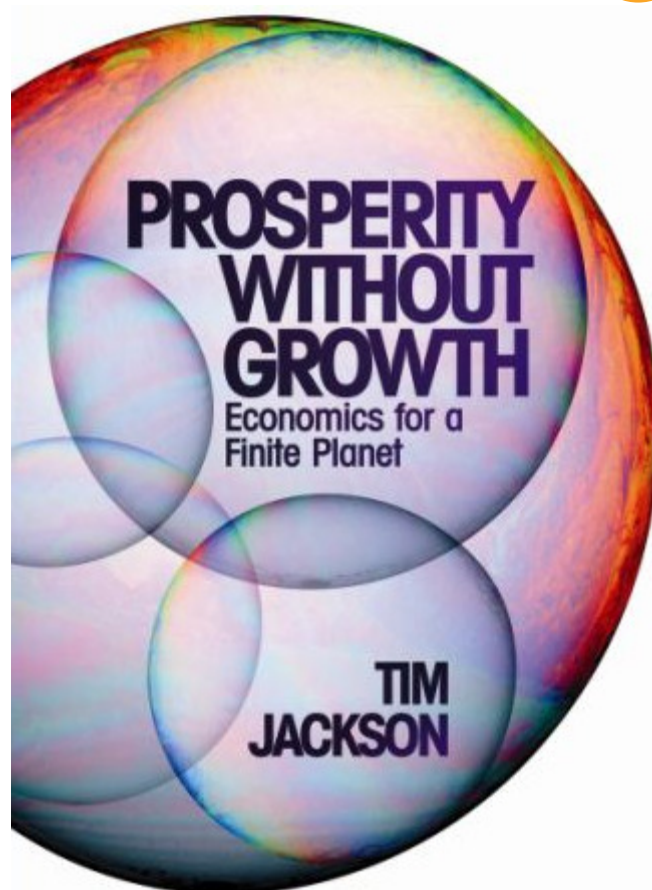
Per la stabilità finanziaria dei sistemi economici e la conservazione degli ecosistemi, lo sviluppo non può e non deve essere infinito. Le 11 regole enunciate nel volume, presentato di recente a Roma nel corso di una conferenza organizzata dal WWF Italia, sono un compendio di teoria ed economia applicata per politici e imprenditori illuminati. Vediamole:

### 1. Individuazione di "tetti massimi" di utilizzo delle risorse ed emissioni e conseguenti obiettivi di riduzione.

La comunità internazionale lo ha già fatto per le emissioni di gas serra ma le risorse naturali sono ancora soggette a uno sfruttamento selvaggio. Pensiamo a foreste, acqua, risorse ittiche, minerali.

### 2. Una riforma fiscale per la sostenibilità

In base al principio *'chi inquina paga'*: aumentare l'imposizione fiscale sulle attività inquinanti, alleggerirla. In Italia il principio è già all'opera nella tassazione del carburante e negli incentivi fiscali parzialmente riconosciuti agli investimenti in energia rinnovabile e alla riqualificazione energetica degli edifici.



### 3. Sostegno per la transizione ecologica nei paesi in via di sviluppo

Annosa questione. L'esportazione del modello produttivo occidentale nei paesi in via di sviluppo, un tempo sostenibili e autosufficienti, ha prodotto danni incalcolabili.

### 4. Correggere il modello economico e sviluppare una macroeconomia ecologica

Per Jackson, un'economia fondata sull'infinita espansione dei consumi, basati a loro volta sull'indebitamento, è insostenibile dal punto di vista ecologico, problematica da quello sociale e instabile da quello economico. Abbiamo bisogno di un motore economico la cui stabilità non dipenda dalla continua crescita dei consumi ma dal mantenimento di buone condizioni ambientali e sociali.

### 5. Aumentare la prudenza finanziaria e fiscale

Ancora una volta, l'indebitamento è pericoloso per i sistemi economici e per l'ambiente. Perché usa l'ambiente come leva finanziaria, sfruttando più di

(Continua a pagina 8)

## MERCATO

## Tim Jackson: undici 'passi' per una nuova economia

(Continua da pagina 7)

quanto l'ecosistema consente.

Una risposta può provenire dalla *Tobin tax* (dal nome del premio Nobel per l'economia James Tobin), da utilizzare per limitare la mobilità del capitale in generale o per finanziare lo sviluppo dei paesi emergenti ridistribuendo le entrate fiscali sotto forma di aiuti.

### 6. Rivedere la contabilità nazionale

Fare spazio a nuovi indicatori di benessere che non si limitano a produzione e crescita, come il PIL (prodotto interno lordo), ma tengono conto di variabili non strettamente economiche, come la felicità, la qualità della vita e la conservazione dell'ambiente. Come l'Indice di sviluppo Umano (Hdi) coniato dall'economista pakistano Mahbub ul Haq, che misura fattori come il tasso di scolarizzazione dei bambini e il grado di alfabetizzazione della popolazione, l'indicatore di Felicità interna lorda attualmente in uso nel Principato del Bhutan, o il Genuine Progress Indicator (GPI), alternativo al prodotto interno lordo anglosassone (Gross Domestic Product - GDP).

### 7. Politiche su orario di lavoro

Lo teorizzava già il grande filosofo e matematico Bertrand Russell nell' 'Elogio dell'ozio':

con un'efficiente distribuzione del lavoro e una politica di riduzione degli sprechi potremmo dimezzare il nostro orario di lavoro senza sostanziali sacrifici economici.

### 8. Affrontare le ingiustizie

Eliminare le disparità sociali ed economiche, che hanno effetti negativi sul benessere individuale e collettivo.

### 9. Misurare la capacità di essere felici

Come riporta il comunicato stampa della presentazione del volume, *'E' necessaria una valutazione sistematica delle capacità di essere felici che hanno le persone nei diversi segmenti demografici'*.

### 10. Rafforzare il capitale sociale

Ossia il capitale collettivo, per resistere agli shock economici. La forza della comunità può fare la differenza tra disastro e trionfo nelle crisi economiche e finanziarie.

### 11. Sradicare la cultura del consumismo

Alcune comunità occidentali hanno vinto la sfida rifiuti zero: acquistano solo quello che riescono a consumare. Eventuali surplus sono ridistribuiti tra gli abitanti, riportando il sistema in una condizione di equilibrio.

#### 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)