



EDITORIALE

BRIC: dietro questo acronimo ci sono le iniziali di quattro Paesi che rappresentano il futuro dell'economia mondiale: Brasile, Russia, India e Cina. Ognuno di essi vanta diverse peculiarità, che scaturiscono dalla storia e dalla specificità del territorio e delle popolazioni. In comune, hanno la contemporaneità di un recente grande sviluppo economico che, unito alla ampiezza della loro estensione, ne fa non solo apprezzati produttori di merci e / o esportatori di materie prime, ma interessanti mercati di sbocco per i mercati più evoluti. L'Italia si trova in una situazione di indubbio vantaggio. Il nostro Paese è leader al mondo nel turismo, nell'arte, nel design e nella moda. Le griffes italiane, siano nell'abbigliamento, nell'interior design o nell'agro-alimentare di qualità, sono apprezzate e richieste in tutto il mondo, e ricercate dai "nuovi ricchi" delle economie emergenti. Indubbiamente l'Italia ha punte di eccellenza anche in altri settori dell'economia, ma questi che abbiamo citato sono sia una no-

(Continua a pagina 2)

La visita di Lula a Roma: più forte il rapporto tra Italia e Brasile

Il Presidente del Brasile Lula è stato in missione diplomatica in Italia. L'obiettivo: rafforzare i rapporti bilaterali Italia-Brasile, sia sotto il profilo dell'amicizia, della cultura ed anche per intensificare gli scambi di business tra i due paesi. Gli Incontri sono avvenuti ai massimi livelli istituzionali, ma anche con il mondo dell'imprenditoria. Lula ha incontrato il Presidente Napolitano, il Presidente del Consiglio Berlusconi, le forze sociali e Confindustria, quest'ultima in occasione

dell'evento Italia-Brasile Business Forum, svoltosi a Roma il giorno 11 novembre. L'evento, al quale Sentieri Digitali ha partecipato, ha messo in luce la forte volontà di cooperazione tra i due Paesi e la necessità di accrescere gli scambi commerciali. Introdotto dal Vice Presidente di Confindustria Paolo Zegna, ha visto la partecipazione di autorità italiane e brasiliane, come il Vice Presidente della Fiesp (la Confindustria brasiliana) Joao Guilherme Ometto, che ha

(Continua a pagina 2)

In questo numero

EDITORIALE di Francesco Chiappetta
PRIMA PAGINA - La visita di Lula a Roma
INTERNET - Il Social Network
INTERNET - LinkedIn si "localizza": ecco MilanIn
INTERNET - Google Flu Trends
INNOVAZIONE - Il VOIP entra nella PA

PRIMA PAGINA

(Continua da pagina 1)

esposto i principali settori di punta dell'economia brasiliana e André Puccinelli, Governatore del Mato Grosso del Sud, che ha messo in evidenza le innumerevoli opportunità offerte dalla sua regione, a partire dalle infrastrutture all'energia, il settore delle pelli, la produzione di cellulosa, ferro, marmo, acciaio e della necessità di acquisire tecnologia, oltre ad aver indicato dati di rilievo come la presenza di 22 milioni di capi di bestiame, che corrispondono a 9 animali per ogni cittadino e aver descritto le bellezze naturali del Pantanal, che è bello da vedere e ottimo per gli investimenti, a detta del governatore.

Gian Domenico Ghella, Vice Presidente Ance ha esposto i numeri dell'associazione, che ad oggi conta 20mila imprese associate, 2 milioni di impiegati ed è presente in 80 paesi nel mondo con 500 cantieri e ha dato la disponibilità per una maggiore presenza dell'impresa italiana in Brasile. Concetti ribaditi anche dal Vice presidente di Confindustria per le infrastrutture Cesare Trevisani che ha sottolineato la necessità di cooperazione tra Italia-Brasile in questo settore. Il saluto da parte del Governo italiano è stato affidato al Sottosegretario Adolfo Urso, che ha citato quanto negli ultimi tre anni si siano rafforzati gli scambi commerciali tra le due nazioni e la centralità del ruolo di paesi emergenti come il Brasile, l'India, la Russia e la Cina. Il Brasile, secondo Urso, è una grande opportunità e buona parte della popolazione brasiliana di origine italiana è orgogliosa di essere originaria del nostro paese, mentre quelli che non lo sono vorrebbero esserlo.

Nell'incontro Dilma Vana Rousseff, capo dello staff di Lula, ha messo in luce non solo aspetti economici del suo paese, quali la crescita del pil e il programma di accelerazione della crescita (PAC), che ha visto massicci investimenti nelle infrastrutture, ma anche che siamo dinanzi ad un vero e proprio modello di sviluppo. Miguel Jorge, Ministro dello svilup-

po, commercio estero e industria, molto entusiasta del design italiano, ha invitato in maniera concreta il nostro paese a sfruttare le opportunità che il suo paese offre. I

Il Presidente dell'Abi Corrado Faissola ha sottolineato l'impegno e la presenza delle banche italiane in Brasile e un plafond per la nazione sudamericana, superiore ai 2 miliardi di euro. Il pil del Brasile cresce a un ritmo del 5%, in virtù anche del Pac e secondo Paulo Skaf, Presidente di Fiesp, è necessario sfruttare le opportunità che ci sono e rafforzare l'incremento di flusso nello scambio commerciale Italia-Brasile, in virtù delle politiche dei due governi.

La Confindustria con Emma Marcegaglia ha dato il saluto al Presidente Lula, dando conferma e disponibilità a cooperare dal punto di vista imprenditoriale tra i due paesi e ha invitato l'Europa a rivedere le regole per l'apertura di mercato, sollecitando un'intesa tra Ue e Mercosur per la creazione di un'area di libero scambio. Per l'Italia, ha affermato, il Brasile è un partner privilegiato, in quanto non legato a logiche protezionistiche, ma ad una sana competizione. Il Presidente Lula ha raccontato delle molteplici anime del suo paese, costituito da popolazioni diverse che formano una cultura unica e di come in Italia si senta come a casa per calorosità ed accoglienza. Il Brasile, secondo Lula, uscirà indenne dalla crisi e si rafforzerà grazie ad un vigoroso piano di esportazioni perché la crisi può trasformarsi in opportunità. L'economia del Brasile è reale, non basata sulla finanza e si incentra sulla produzione e sulla creazione di ricchezza. La finanza per se stessa non crea valore. Parole incisive per il massimo rappresentante di uno dei paesi del Bric, un ristretto gruppo di nazioni (Brasile, Russia, India e Cina) che, non a torto, viene definito la locomotiva della crescita mondiale.

NICOLA MARINI

ANDREA CHIAPPETTA

EDITORIALE

(Continua da pagina 1)

tevole fonte di introiti, sia un "traino" anche per i prodotti della tecnica (si pensi, ad esempio, alle apparecchiature per l'automazione degli impianti produttivi), che beneficino di provenire dalla stessa terra di Giorgio Armani e del Parmigiano Reggiano.

Italia come sinonimo di qualità, eccellenza, concetti che negli incontri ufficiali gli imprenditori sanno ben divulgare ai politici e alla

stampa, in modo da accreditarsi come fornitori nel loro Paese.

In questo senso, l'incontro con il Presidente Lula è stato proficuo, perché organizzato ottimamente, ben preparato da entrambi i Paesi, e sicuro punto di inizio per fruttuose collaborazioni non solo tra gli Stati ma soprattutto tra gli imprenditori privati. Questi ultimi possono apprezzare l'impegno delle Istituzioni nel concordare e gestire occasioni di incontro che

consentono una visibilità che per il singolo imprenditore sarebbe molto difficile da ottenere. Ciò a dimostrazione che la migliore attività di Governo nei confronti delle Imprese non si esplica con finanziamenti a pioggia, ma con una incisiva attività di supporto all'azione imprenditoriale, in cui le politiche di internazionalizzazione delle imprese hanno un ruolo centrale.

FRANCESCO CHIAPPETTA

Tutto quello che avreste voluto sapere sui social network... Intervista ad Andrea La Mesa, fondatore di MyFlat.it

Quando sono nati i social network ?

I social network come li intendiamo oggi sono un fenomeno nato negli Stati Uniti negli ultimi 2-3 anni. Facebook (nato nel 2004 ma arrivato in Italia solo pochi mesi fa) può essere considerato il primo social network mainstream (ovvero il primo ad aver raggiunto una grande massa critica). Prima di Facebook il più grande social network a livello globale era MySpace, venduto qualche anno fa a Murdoch. Alla fine degli anni novanta erano comunque nati diversi siti "sociali", anche se all'epoca il termine usato era "community".

I primi esperimenti di community sono nati nei primi anni di Internet (ricordiamo Hi5, principalmente diffuso in Sud America), ma non avevano il potenziale commerciale e di marketing che possono vantare i loro successori attuali.

Cosa sono i Social Network?

I Social Network sono un vero fenomeno (se non addirittura una rivoluzione) culturale e tecnologica, che sta prendendo piede in questi mesi anche in Italia.

I Social Network sono dei siti

Internet tramite i quali è possibile tenersi in contatto con il proprio network di amici e conoscenze.

È un modo nuovo per stare continuamente in contatto e scambiarsi in tempo reale informazioni ed idee.

I Social Network possono essere considerati come un altro passo verso la realizzazione del Villaggio Globale, teorizzato da Marshall McLuhan più di 50 anni fa.

I social network e il futuro ?

I social network diventeranno la normalità, piuttosto che l'eccezione. Su Internet i principali siti avranno delle funzionalità "social", che permetteranno agli utenti di interagire tra di loro, invece di leggere semplicemente passivamente i contenuti del sito.

Gli esseri umani sono animali sociali; lo scambio di informazioni tra persone è vitale: i social network non fanno che soddisfare questo bisogno semplificando ed amplificando lo scambio di informazioni.

Pro e contro ?

I vantaggi nell'utilizzo dei social network sono innumerevoli. Sarebbe come chiedersi quali sono i vantaggi del telefono o del fax.

I social network sono un nuovo modo per comunicare, sia in ambito lavorativo che personale.

A livello lavorativo i social network possono accelerare lo scambio di informazioni tra colleghi, tra fornitori e clienti, come anche l'individuazione di nuovi mercati.

Dal punto di vista del singolo individuo i social network permettono a tutti noi di essere continuamente aggiornati sulle attività ed i pensieri delle persone a noi care. È un modo per restare in contatto con quelle persone che non vediamo o sentiamo quotidianamente, ma alle quali siamo legati da vincoli affettivi o di semplice simpatia.

I "contro" di una Internet fatta di social network sono altrettanto facili da individuare. In un mondo dove le nostre informazioni personali vengono scambiate online, il primo problema diventa il controllo della diffusione di queste.

I social network dovranno adattarsi alle normative di tutela dei dati personali dei singoli paesi, per permettere al singolo utente il controllo su come i nostri dati vengono distribuiti nella rete.

Facebook stessa sta sollevando diverse polemiche in Italia sulla

(Continua a pagina 4)



myFlat è una **community privata**, alla quale si accede solo tramite invito.

Benvenuti su myFlat.

email:

password:

Accedi

Serve aiuto?

Hai perso la password?

Tutto quello che avreste voluto sapere sui social network... Intervista ad Andrea La Mesa, fondatore di MyFlat.it

(Continua da pagina 3)

tutela della privacy dei propri utenti. Su Facebook, ad esempio, non è presente un'adeguata tutela del "diritto all'oblio". Questo significa che un utente non può decidere di rimuovere o modificare con facilità i dati personali inseriti nel corso del tempo sul sito, per cambiare l'immagine che di se è data da questa rappresentazione della nostra personalità online.

Cosa c'è dietro ad un pagina web / social network ???

Rispetto ai siti internet che abbiamo visto negli ultimi dieci anni, i social network hanno una maggiore complessità dietro le quinte. Una serie di algoritmi e funzioni cercano di fornire agli utenti i contenuti e le informazioni più rilevanti tenendolo in contatto con la propria personale rete sociale.

I social network sono siti complessi, non più paragonabili ai siti sviluppati da una singola persona o da uno studente di informatica nel tempo libero. Sono vere e proprie applicazioni online, nate per soddisfare esigenze specifiche di gruppi sociali e per facilitare lo scambio di informazioni tra persone.

ANDREA CHIAPPETTA

MY FLAT

Come nasce myFlat?

myFlat nasce, circa un anno fa, dalla volontà di alcuni amici di tenersi informati sugli eventi ed i posti più interessanti della propria città. Con questo spirito myFlat è cresciuta fino ad avere più di tremila membri, mantenendo sempre quell'ambiente riservato e sicuro che il nome stesso suggerisce. myFlat vuole essere un luogo privato, proprio come un appartamento dove si ricevono i propri amici, per conoscersi e scambiarsi informazioni. myFlat è stato sviluppato sulla nostra piattaforma di Social Network, dopo circa un anno di ricerca e sviluppo analizzando i migliori social network già esistenti online.

Quali sono i vostri obiettivi?

Come società il nostro obiettivo è portare questa rivoluzione dei Social Network in diversi campi d'applicazione.

myFlat per noi è un esperimento che dimostra le potenzialità della nostra piattaforma, come strumento in grado di aggregare e fidelizzare una pluralità di persone, fornendo al tempo stesso uno strumento innovativo ed efficace per comunicare.

*Sostieni il trapianto
di midollo dei bambini
affetti da leucemia*

Quest'anno non scegliere i biglietti di Natale, scegli di illuminare il Natale con la costellazione dell'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù

Quest'anno l'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù ha deciso di illuminare il Natale per regalare speranze di vita ai bambini affetti da leucemia che hanno bisogno di trapianto di midollo.

Bambini provenienti da Paesi disagiati e sprovvisti di qualunque forma di assistenza, di copertura economica. Ce ne sono almeno quattro in lista di attesa e i tempi sono strettissimi.

Per conoscere meglio il progetto: www.ospedalebambinogesu.it

La Campagna di Natale: Illumina il Natale con la Costellazione dell'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù, chiederà privati e aziende a fare una donazione e ricevere il biglietto di Natale e la vetrofania luminescente da posizionare, prima della Vigilia di Natale, sulla finestra della propria casa, ufficio, negozio, mettendo in evidenza la Costellazione dell'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù.

Nella speranza che la notte di Vigilia del Santo Natale tante finestre si illuminino di speranza a vantaggio dei bambini più bisognosi. Un momento di condivisione forte con la comunità, che permetterà anche alle tante persone anziane o sole di sentirsi in comunione con le famiglie, persone, che condivideranno lo stesso gesto.

Tutti possono partecipare al raggiungimento di questo importante obiettivo. I biglietti potranno anche essere personalizzati con il logo e il nome della Tua azienda.

Contribuisci a Dare un Futuro al Futuro

Quando il Business Networking è reale: intervista a Pier Carlo Pozzati, Presidente di Milan In

I social network sono un fenomeno che si è sviluppato in particolare grazie ad internet. Ma esistono anche forme di aggregazione reali.

Alcune iniziative provano a far interagire le due dinamiche, reale e virtuale, come nel caso di Milan IN. Questo è il nome di una iniziativa nata nel 2005 da una idea di un gruppo di utenti di LinkedIn di Milano.



Lo scopo è quello di coinvolgere le persone realmente, creare aggregazione tra individui provenienti da diversi ambiti professionali diversi ma accomunati dalla passione per il networking, utilizzando il canale web per rendere attiva una collaborazione reale ai fini del business, per sviluppare idee e progettualità diverse.

L'ottica è quella professionale e tutti sanno quanto sia importante

al giorno d'oggi costruirsi una propria rete di contatti stabile e duratura. Spesso però non basta e se questa rete è concreta, cioè visivamente consolidata da una conoscenza reale è meglio. Internet è lo stimolo e l'incontro reale un mezzo. E gli obiettivi, anche se diversi, sono più facilmente raggiungibili tramite una iniziativa di questo tipo.

Abbiamo chiesto a Pier Carlo Pozzati, Presidente di Milan In di spiegarci meglio il fine della loro iniziativa:

“Lo scopo è quello di creare relazioni professionali nel mondo reale, sfruttando la lente di ingrandimento dei siti di Social Networking online. Abbiamo raggiunto e superato 5.000 soci su Milano in 3 anni, fatto incontrare quasi 2.000 persone e realizzato un centinaio di incontri di business. Stiamo anche dando vita ad una Federazione Nazionale che raccoglie tutti i Club che si riconoscono nel nostro modello. Le reti di relazioni sono sempre esistite, ma la differenza con il passato sta negli strumenti che abbiamo a disposizione oggi.

Grazie alle tecnologie dei Social Media e del web 2.0, noi riusciamo a rendere il processo di creazione, gestione e sviluppo di una rete relazionale, molto efficace,

efficiente e accessibile a tutti. Non esiste più una barriera alla creazione di una propria rete relazionale, ma soprattutto non esistono più ostacoli alla comunicazione, che è un elemento fondamentale di ogni relazione. E, in ambito professionale così come personale, c'è una domanda crescente di relazioni.

Prima dell'avvento dei Social Media era praticamente impossibile fare ciò che abbiamo fatto con Milan IN”.



Un vero e proprio modo di agire, uno strumento in grado di aiutare le relazioni e non un semplice elemento informatico. Prosegue Pozzati: *“Quando qualcuno mi dice che Milan IN è un “sito” io rabbrivisco. Milan IN ha un sito, ne utilizza molti, e ha tra i suoi fondatori alcuni dei migliori professionisti del web 2.0, ma noi siamo prima di tutto un'associazione di persone che si incontrano nel mondo reale per fare business, per scambiarsi opportunità professionali, per crescere culturalmente”.*

Milan IN rappresenta una iniziativa collocata nello spazio, come evoca anche il nome. Ma è evidente che l'idea, avendo avuto un ottimo riscontro, sarà replicata con tutta probabilità anche in altri contesti geografici. *“Agli incontri di Milan IN si respira un'atmosfera speciale, perché noi non ci limitiamo a mettere le persone dentro ad un locale ad ascoltare qualcuno che parla, ma lavoriamo veramente per creare relazioni. Abbia-*

(Continua a pagina 6)



Quando il Business Networking è reale: intervista a Pier Carlo Pozzati, Presidente di Milan In

(Continua da pagina 5)

mo persone della nostra Organizzazione che sono presenti ad ogni nostro incontro e, nel corso della serata, sono in grado di indicare ai nuovi intervenuti le persone più interessanti per la loro attività professionale. Così ad un certo punto, da tutta Italia, hanno iniziato ad arrivare richieste di iscrizione e qualcuno, addirittura, ha iniziato a prendere l'aereo per partecipare, dalla Sardegna o dal Lazio, per esempio, ai nostri incontri.

Così abbiamo deciso di dare vita alla Federazione Nazionale Club IN (www.clubin.biz) che è una Federazione di Club autonomi ed indipendenti, ma che si riconoscono nel nostro modello. Chi si assocerà ad uno di questi Club sul territorio Nazionale saprà che potrà fare Social Networking nella sua città con la stessa qualità, serietà e professionalità che caratterizza Milan IN. Esiste un sito, che contiene l'elenco aggiornato

ufficiale dei Club affiliati: www.clubin.biz".

Gli strumenti di social network in internet sono una realtà in crescita costante e inarrestabile. Stanno diventando un fenomeno di massa a cui è difficile sottrarsi e l'esempio di Facebook è esemplare. I livelli di interazione si moltiplicano e si fanno sempre più frequenti, con il serio rischio della saturazione e l'insorgenza di stress da contatto. Ma evidentemente molto sta nella capacità di saperli utilizzare e nella capacità di dosare gli impegni, e di saperli sfruttare anche per fini professionali.

Secondo Pozzati "i siti di Social Network sono, ormai, indispensabili a fini lavorativi. Il miglior sito di Business Social Networking è sicuramente LinkedIn. Ma, oggi, è impossibile non citare Facebook anche per scopi professionali. Grazie al Social Networking online è possibile mantenere i contatti con una rete relazionale molto

più ampia. Grazie agli alert, ad esempio, con Facebook è possibile tenersi sempre aggiornati sulle attività del proprio network.

Oltre alle solite foto, video, ed altre informazioni che riguardano la sfera personale, è possibile, anzi utile, inserire informazioni sulla propria vita lavorativa. E tutto questo non è riservato ad una elite di imprenditori, professionisti o dirigenti, ma vale per qualunque posizione.

Oggi molti recruiter, prima di convocare un candidato per un colloquio, navigano sui siti di Social Networking in modo da avere un quadro più chiaro della persona che si troveranno di fronte".

Lo sviluppo dei siti di Social Networking nel tempo sarà diversificato e fare delle previsioni è difficile. Pozzati prova a darci la sua visione. "Così come è accaduto per i motori di ricerca o per le aste online, emergeranno dei leader, come Google ed Ebay. Uno dei grossi problemi infatti è che oggi è praticamente impossibile essere presenti su tutti i Social Network online, e, gioco forza, qualcuno morirà, qualcuno sarà acquisito, come sta già avvenendo, fino all'affermarsi di pochi leader, come LinkedIn e Facebook, ad esempio.

Quel che è certo è che non siamo di fronte ad un fenomeno passeggero, ma a qualcosa destinato certamente ad evolvere ma non a scomparire. Così come è stato per il cellulare, la posta elettronica, internet, che ieri sembravano strumenti per pochi e dei quali oggi non possiamo più fare a meno". Milan IN sta evolvendo ma si sta anche affermando come una realtà consolidata. Destinata a rimanere e molto probabilmente ad espandersi.

NICOLA MARINI

I Club ufficialmente riconosciuti sono:

A Milano: Milan

web site/blog: <http://milan.clubin.biz/>

Presidente: Pier Carlo Pozzati

A Firenze: Florence

web site/blog: <http://florence.clubin.biz/>

Presidente: Laura De Benedetto

A Cagliari: Cagliari

web site/blog: <http://cagliari.clubin.biz/>

Presidente: Francesco Morittu

A Padova: Veneto

web site/blog: <http://veneto.clubin.biz/>

Presidente: Simone Favaro

La nuova sfida di Google: Anticipare le epidemie influenzali

Da oggi forse gli statunitensi si ammaleranno meno. Google ha lanciato uno strumento in grado di anticipare le ondate di epidemia influenzale: Google Flu Trends.

Grazie alle informazioni sanitarie provenienti dai siti, opportunamente combinate con le mappe di Google, le previsioni circa i picchi di epidemia influenzale degli organismi sanitari americani vengono anticipate di ben due settimane. In particolare i dati si basano sulle informazioni che il web fornisce a chi ricerca argomenti legati alla malattia: sintomi quali “dolori muscolari” e “mal di stomaco”, cure, medicine da acquistare, strumenti di misurazione tipo “termometro”. Per evitare che i profili degli utenti vengano sfruttati a fini commerciali, è garantito l’anonimato assoluto di chi ha effettuato la ricerca, puntando l’attenzione unicamente sulla frequenza delle query provenienti da una determinata area geografica.

Il servizio segnala le aree più a rischio di diffusione contagio tramite il supporto di mappe e grafici in tempo reale. Naturalmente gli utilizzatori più assidui sono quelli che vivono da vicino tematiche medico-sanitarie, come, oltre pazienti e medici, studenti che desiderano approfondirne gli aspetti innovativi, tenersi aggiornati, scambiare informazioni. Il fattore su cui si basa la mappatura geografica della malattia non consiste più quindi nella percentuale di casi registrati dagli ambulatori specializzati, come i *Centers*

for Diseases Control and Prevention (CDC), ma nei criteri e nel numero di ricerche degli internauti. Oltre alle caratteristiche proprie del mezzo informativo, che permette una raccolta ed un’elaborazione di dati ad altissima velocità, Flu Trends può contare su un data base enorme, vantaggio che conferisce ai risultati un carattere di capillarità impossibile per le metodologie tradizionali.

Ma da dove nasce l’intuizione? Semplice, come tutte le buone idee: quando qualcuno si sente poco bene, come prima cosa inizia ad informarsi. E prima ancora del medico quale miglior fonte se non il Web? Flu Trends è in grado di individuare quanti utenti stanno cliccando in un determinato momento le *keywords* relative al virus e, tracciandole, le distribuisce alle aree geografiche di provenienza. Per verificarne l’incidenza sulla propria zona in termini di presenza, frequenza, tempi ed intensità, è sufficiente inserire il proprio codice di avviamento postale. Naturalmente tutto ciò è frutto di studi approfonditi di contesto di Google.org: convergendo le ricerche sui sintomi influenzali del browser BigG coi dati provenienti dai centri di prevenzione delle malattie circa la diffusione del virus, si è notato come entrambi gli approcci portassero a medesimi risultati in termini di rilevazione del trend e previsione dei picchi influenzali.

Al momento lo strumento viene applicato in fase sperimentale per il monitoraggio del virus dell’influenza ma è facile intuire come le potenzialità di utilizzo siano pressoché illimitate. In un futuro potrebbe essere possibile sapere in anticipo la predisposizione della propria zona geografica di appartenenza a vari fenomeni patologici e contestualmente le strutture sanitarie di zona interverrebbero con maggiore tempestività ed efficienza per prevenire i focolai nelle aree critiche e limitarne il contagio tramite strumenti di prevenzione.

Per ora questo servizio è presente solo oltreoceano, ma in Europa si può fare riferimento al sito InfluenzaWeb, un sistema di “partecipazione volontaria” attraverso il quale contribuire a rendere più chiaro l’andamento delle epidemie. Il sito lavora insieme a quello di programmi europei di simile finalità che, coordinandosi, permettono di fare stime interessanti e sufficientemente attendibili attraverso un metodo di analisi uniforme. Il servizio di mapping riceve periodicamente informazioni dagli utenti registrati in merito al loro stato di salute, permette la consultazione di articoli specifici e mappe che identificano l’andamento della pandemia, i picchi di manifestazione della stessa e le zone potenzialmente interessate.

ALESSIA MARZOLINI



INNOVAZIONE

La rivoluzione Voip pronta al decollo anche nella Pubblica Amministrazione

L'acronimo VoIP è un termine ormai largamente conosciuto, legando sicuramente gran parte della sua notorietà alla progressiva diffusione sul mercato di soluzioni come Skype (vero pioniere del settore VoIP), WengoPhone, Ekiga, Asterisk ed altri ancora.

La tecnologia VoIP (Voice over Internet Protocol) consente di "telefonare" ad altri utenti passando attraverso la rete Internet (e quindi il protocollo IP) per trasportare il segnale vocale - digitalizzato - esattamente come avviene per i flussi di dati sul World Wide Web, senza bisogno di utilizzare gli apparecchi di quello che è ormai definito POTS ("Plain Old Telephone System") ovvero letteralmente la "cara vecchia rete telefonica".

Il più ovvio motivo di interesse nonché la chiave del successo della prima diffusione del VoIP, avvenuta specialmente nel settore delle utenze private, è sicuramente la possibilità di intervenire sull'importo della bolletta telefonica, abbassandola significativamente: avvenendo attraverso la connessione Internet, il costo di una chiamata tra utenti VoIP è pari a zero indipendentemente dalla localizzazione geografica delle terminazioni della chiamata. Pertanto, le chiamate verso utenti della rete telefonica convenzionale fissa (PSTN) o mobile (PLMN) sono particolarmente convenienti rispetto alle offerte basate sui servizi di operatori telefonici tradizionali.

Ma questo appare solo la punta dell'iceberg della rivoluzione che l'adozione della tecnologia Voip può portare nel mondo degli utenti privati, ma anche - e soprattutto - nel mondo delle aziende.

Una rete in cui il segnale vocale, digitalizzato, viene convogliato seguendo lo stesso percorso se-

guito da dati e immagini consente la realizzazione di un unico sistema di cablaggio che soddisfi tutte le esigenze, impiegando router e server al posto dei centralini e integrando i terminali, abbattendo i costi sia nella progettazione che nella manutenzione delle infrastrutture (quando si è resa disponibile una rete IP nessun'altra infrastruttura è richiesta). A ciò si aggiungano le nuove funzionalità avanzate a cui il Voip darà accesso ottenibili grazie all'integrazioni dati, voce e immagini su un unico canale.

Mutazioni ancora più radicali saranno nella forma stessa di intendere la postazione di lavoro di un dipendente: trattare la voce e le immagini come se fossero mail consente di ricreare con una semplice "password" la propria postazione di lavoro, con i profili personali, in qualunque ufficio e sede dell'azienda e nei punti di accesso alla rete autorizzati; permette di gestire le proprie caselle di posta elettronica integrate con le caselle di voice mail; consente l'impiego di telefoni dual mode (Wi-Fi / GSM) che azzerano i costi di telefonia, in mobilità, all'interno e all'esterno delle sedi di lavoro, abilitando al lavoro multimediale a distanza basato su testi, fonia ed immagini.

Ma qual è la situazione nel nostro paese? Accanto alla larga diffusione nel settore privato, a dare una spinta all'ingresso massiccio di questa tecnologia anche nel settore aziendale sarà sicuramente la recente approvazione da parte della Camera del collegato alla Finanziaria 2009, ora in attesa del solo esame del Senato, che aprirà finalmente le porte della Pubblica Amministrazione all'adozione della tecnologia Voip.

GIORGIO DUNIN WILCZYNSKI

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

Francesco Armaroli
f.armaroli@sentieridigitali.it

Andrea La Mesa

Nicola Marini
n.marini@sentieridigitali.it

Giulia Mizzoni
g.mizzoni@sentieridigitali.it

Hanno collaborato a questo numero:

Andrea Chiappetta
Giorgio Dunin Wilczynski
Alessia Marzolini

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

