



EDITORIALE

Dopo anni di scarsi risultati nei premi internazionali, dove spesso i creativi nazionali nemmeno partecipano, finalmente all'Epica di Parigi la creatività italiana è stata premiata: quattro ori, tra cui spicca la vittoria di Diesel Kids, nominato "miglior film on line europeo del 2008". Una grande soddisfazione, anche perché, rispetto ad altre competizioni internazionali quali Cannes, la giuria è costituita da giornalisti di settore e non da creativi: e quindi i risultati riflettono la percezione che gli spettatori, e non i creativi, hanno delle campagne in gara.

Il successo di Diesel Kids è emblematico, perché dimostra che solo con una profonda innovazione e con una maggiore attitudine al rischio si possono ottenere risultati di eccellenza.

E' il caso del marchio Diesel, il cui patron Renzo Rosso ha festeggiato quest'anno i 30 anni di attività con un volume che racchiude le campagne promozionali che hanno sostenuto la sua produzione in tutto il mondo, un'opera che rappresenta

(Continua a pagina 2)

Gli italiani tornano a vincere nella creatività: L'Epica d'Or a Diesel Kids

L'Epica d'Or Interactive per il miglior film on line europeo è stato assegnato all'unanimità al filmato per il web "Explorers of the past and future" realizzato da una piccola realtà "indipendente", l'Abstract Groove, per il marchio di abbigliamento Diesel di Renzo Rosso.

Il "corto", dedicato alla collezione A/I 07/08 della linea Diesel Kids ha meritato il più alto riconoscimento per l'atmosfera che riesce a creare, per le sensazioni che dona allo spettatore, che rappresentano pienamente lo stile di

Diesel e il suo modo di intendere l'infanzia.

Il riconoscimento va non solo alla realizzazione impeccabile e molto originale, ma all'evocazione di una atmosfera sospesa tra il fantasy e l'avventura, in cui i piccoli si muovono da protagonisti, liberi e curiosi. Un filmato che "spiega" al pubblico la "filosofia" Diesel più di mille parole.

Era dal 2004 che l'Italia mancava dalla scena internazionale; negli ultimi anni, a Cannes molte agenzie nemmeno partecipavano con i

(Continua a pagina 2)

In questo numero

EDITORIALE di Francesco Chiappetta

PRIMA PAGINA - L'Epica d'Or a Diesel Kids

ISTITUZIONI - La fondazione Roma Europea

INTERNET - Nexus analizza le amicizie on line

INNOVAZIONE - Vettrine touch screen

STATISTICHE - Rapporto Cotec 2008 sull'innovazione

PRIMA PAGINA

(Continua da pagina 1)
loro lavori, e si temeva molto per la marginalizzazione della creatività nazionale. Ora, con questo successo (e con gli altri tre premi conquistati da agenzie tricolori), l'Italia torna ad essere protagonista, mostrando la sua maturità e capacità di innovazione nella comunicazione pubblicitaria.

Un grande risultato che viene da una piccola realtà, dimostrando che anche in questo settore, l'Italia delle iniziative personali, dell'autonomia e dell'imprenditoria del singolo riesce ad avere eccellenti risultati, combattendo con

successo le grandi agenzie internazionali, che possono permettersi ben altri investimenti, ma che non riescono a valorizzare e far emergere i giovani talenti.

Come nel caso delle PMI che hanno reso grande l'Italia, il mondo delle agenzie indipendenti sta creando spazi di lavoro e di crescita per una nuova generazione di creativi che potrà realizzare lavori di ottimo livello per le nostre imprese, se esse - come è stato per Renzo Rosso, fondatore di Diesel - avranno la lungimiranza di affidarsi a loro.

NICOLA MARINI



LAUREA



Il nostro amico e collega Andrea Chiappetta ha brillantemente conseguito il Master of Arts presso la Link Campus University of Malta. Congratulazioni e l'augurio di una felice e proficua vita professionale!

Marilena e tutta la redazione di Sentieri Digitali

EDITORIALE

(Continua da pagina 1)
l'evoluzione della creatività più innovativa nel panorama italiano, e che dovrebbe diventare libro di testo nelle aule universitarie.

Ma il premio è anche la conferma che le forze migliori, nel nostro Paese, non sono nelle grandi aziende, lente nell'evolversi e nell'innovare, ingabbiate in una burocrazia interna che soffoca la creatività e riduce la propensione al rischio del "nuovo".

Infatti, l'agenzia che ha conquistato il premio per il miglior film on line europeo è Abstract Groove, un gruppo di creativi indipendenti che con la loro piccola casa

di post produzione, sono stati in grado di fornire un importante e incisivo apporto in fase di sceneggiatura, creando un "corto" per il web che narra il marchio Diesel con lo stesso stile visionario ed innovativo del brand veneto.

Tutto ciò rappresenta non solo una speranza, ma soprattutto una prospettiva per la ripresa del nostro Paese, non solo nella pubblicità: un mix di impegno, rischio, innovazione e fantasia, per diventare competitivi a livello interno e sui mercati internazionali.

Il Direttore responsabile
FRANCESCO CHIAPPETTA



Renzo Rosso, fondatore Diesel

Fondazione Roma Europea, intervista alla Vicepresidente dell'Associazione, Giorgia Petrini

Abbiamo incontrato Giorgia Petrini, vice presidente della Associazione Roma Europea e Consigliere Delegato e Partner di GPA Gruppo Progetti Avanzati srl, azienda operante nel settore IT, che ci ha colpito per l'entusiasmo e la competenza con cui descrive le attività della Fondazione.

Cosa è la fondazione Roma Europea

La Fondazione Roma Europea è nata nel dicembre 2001 grazie alla volontà e impegno di Cesare San Mauro, sulla base dell'esperienza della omonima associazione che, nell'arco dello scorso decennio, ha operato da protagonista sul territorio romano in ambito politico e culturale. Il nostro obiettivo è di valorizzare, promuovere ed implementare il ruolo di Roma sulla scena europea, valutandone i suoi pregi e difetti. L'eredità della proficua attività svolta negli anni '90 ha rappresentato una buona partenza e, benché siano cambiati gli obiettivi, lo spirito rimane lo stesso: guardare la nostra città con occhio critico e costruttivo attraverso iniziative capaci di stimolare la riflessione.

La Fondazione Roma Europea coinvolge alcune tra le più importanti realtà imprenditoriali romane e nazionali: aziende operanti in diversi settori, private, municipalizzate e public companies, che hanno scommesso sul progetto elaborato dai fondatori e arricchito poi dai componenti degli organi della fondazione.

Le attività della Fondazione, nel corso degli ultimi anni, sono state numerose ed eterogenee: organizzazione di convegni, dibattiti, tavole rotonde e incontri su questioni complesse ed attuali come lo stato delle reti e delle infrastrutture romane, il disagiata quadro dei trasporti pubblici e privati della "città eterna", i luoghi della ricerca scientifica e tecnologica di Roma, il dialogo tra le religioni, Internet e Roma virtuale, etc.

Il leit motiv è, come nella musica, ascoltare. Per poi elaborare e crescere. Insieme.

Con questo claim la fondazione Roma Europea si propone come luogo di incontro esperienziale e generazionale tra personalità affermate del mondo poli-



Presentazione del libro "La foresta di New York" di Claudio Angelini, Roma, Caffè Greco, 11 novembre 2008

tico ed imprenditoriale con le nuove leve che si propongono di affiancare e crescere culturalmente e socialmente interagendo con l'associazione.

Numerosi sono le attività promossa per divulgare interessi di carattere comune su tematiche riguardanti Roma e l'Europa sia dal punto di vista sociale (vedi sito web) e culturale (l'attività dei "Lunedì del caffè Greco").

Qual è il vostro rapporto con le istituzioni pubbliche e private?

La fondazione Roma Europea vanta esponenti delle Istituzioni pubbliche e private che contribuiscono fattivamente allo sviluppo delle tematiche che interessano la fondazione.

Le istituzioni da sempre seguono e apprezzano le nostre attività, quali i sondaggi / inchiesta su diversi temi di carattere socio culturale, nei quali coinvolgiamo insigni personaggi quali Giuseppe De Rita, Natalino Irti e innumerevoli relatori di prestigio.

Uno degli eventi che merita di essere citato è "La promozione dell'appello sulla Europa Unita" con l'intento di ottenere l'elezione di un unico Presidente

(Continua a pagina 4)



Fondazione Roma Europea
Elaborare e Crescere Insieme

Fondazione Roma Europea, intervista alla Vicepresidente dell'Associazione, Giorgia Petrini

(Continua da pagina 3)

Europeo eletto a suffragio universale da tutti i cittadini Europei; tra i firmatari spiccano il Sen. Giulio Andreotti, Enzo Cheli, Giuseppe De Rita, Vito Gamberale, Antonio Maccanico, Andrea Monorchio e molti altri.

Qual è il rapporto della fondazione Roma Europea con la comunicazione digitale?

La fondazione Roma Europea ha sempre proposto la propria attività con vari strumenti divulgativi quali Quaderni, Relazioni e pubblicazioni di testi.

Con l'evoluzione tecnologica anche la fondazione ha ampliato i propri mezzi di comunicazione puntando molto sulle nuove forme interattive, dal rinnovamento del sito internet alla creazione di newsletter per tenere aggiornati i



Giorgia Petrini

*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 e 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

soci, gli amici e tutti coloro che sono interessati alle nostre iniziative. Con l'introduzione di sondaggi mirati su temi specifici, stiamo monitorando i feedback in termini di risposte e di analisi, ottimizzando i tempi e le risorse impiegate.

E, infine, quali sono i progetti per il futuro?

La fondazione in questi ultimi anni è cresciuta molto in termini di associati, qualità e iniziative promosse, per il futuro ci proponiamo di contribuire maggiormente al processo di europeizzazione della città e di partecipare alla crescita culturale dei giovani, attuando opportune sinergie nella creazione di appuntamenti che coinvolgano attivamente le nuove generazioni, nel ruolo di contenitori e sviluppatori di nuove idee da realizzare. Attenzione all'ambiente, alla cura del territorio e alla solidarietà sono i temi cari ai giovani che noi vogliamo sviluppare insieme a loro.

ANDREA CHIAPPETTA

Sviluppi applicativi di Facebook per un uso sociale: Nexus analizza le nostre amicizie on line

Il costante sviluppo dei social network, ma soprattutto la crescente adesione agli stessi da parte del consumatore medio, contribuisce sempre più all'introduzione di applicativi volti ad implementarne le funzioni. Se, grazie a Facebook, l'utente riesce a "stanare" anche le comparse di vecchie foto di classe e vedere che ne è stato di loro oggi, le nuove applicazioni accessorie riescono ad addentrarsi molto più, il tutto nel rispetto della privacy.

Nata nel 2004 da una necessità materiale, quale quella di mantenere i contatti tra gli studenti di Harvard, la comunità di Facebook vanta oggi la partecipazione di 132 milioni di utenti (fonte Wikipedia) e consente ai propri adepti di far conoscere, mediante autorizzazione del soggetto in questione, tutte le informazioni sulla propria vita sociale. Andando nelle pagine degli "amici" che fanno parte della nostra rete saremo adesso in grado di vedere quali sono gli amici in comune, ma se la nostra curiosità non si fermasse qui? La risposta è già pronta: Nexus.

L'applicativo in questione, sviluppato da Ivan Kozik, utente della stessa rete di Facebook, ci consente di analizzare le nostre amicizie e di valutarne le comunanze attraverso un grafico spaziale che ci mostra, in maniera concreta, quanto i nostri contatti siano "vicini" tra loro. Quello che ne risulta è una nuvola di punti collegati tra loro attraverso delle fasce luminose di intensità crescente a seconda delle caratteristiche comuni dei gruppi degli utenti.

Nexus differenzia le propria analisi dalla semplice rilevazione delle amicizie comuni effettuata da Face-

book attraverso un'analisi completa di tutte le informazioni a disposizione di un contatto. Saranno quindi accomunati da una linea con una intensità maggiore i contatti che presentano caratteristiche simili e che, paradossalmente, potrebbero anche non conoscersi tra loro ma che hanno, nell'amicizia di chi usa il programma, l'unico punto in comune.

Sperimentando questa applicazione su un ex studente universitario si sono potuti analizzare i risultati di Nexus. Nel caso specifico è importante sottolineare la provenienza da un paese nella provincia di Roma e gli studi universitari svoltisi nella capitale, all'interno dei contatti sono presenti, quindi, entrambe le tipologie di amicizie che sviluppate nel paese d'origine e nei dintorni dell'università.

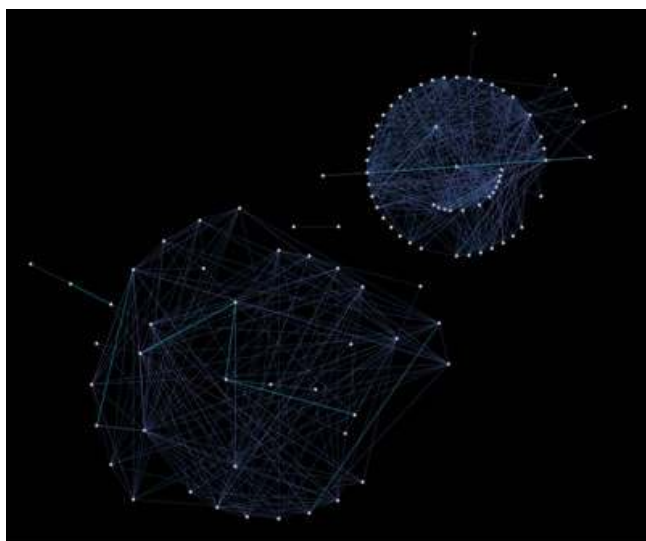
Analizzando la nuvola di punti che si vanno a formare quindi dal risultato dell'utilizzo di Nexus si può notare come il gruppo di amicizie universitarie abbia una conformazione molto raggruppata e caratterizzata da molte linee intense che uniscono i contatti dovuta alle caratteristiche simili degli studenti di uno stesso corso che possiedono la stessa tipologia di studio, abitano nella stessa città (anche se provvisoriamente, per i fuori sede) e partecipano a molti gruppi comuni.

Per quanto riguarda l'analisi delle amicizie del paese di provenienza è invece interessante notare come la nuvola sia più disomogenea e distribuita, in quanto comprende al suo interno realtà provenienti sia dallo stesso paese, ma molto disomogenee tra loro in quanto a caratteristiche di età, titolo di studio e situazione lavorativa (essendo queste le informazioni che Facebook richiede ai suoi utenti).

L'utilizzo di questa applicazione è molto divertente e può risultare simpatico analizzare le caratteristiche di amici e le comunanze tra loro, ma a questo punto diventerebbe molto interessante cercare di capire l'uso che potrebbero farne di queste informazioni le aziende o, in generale, chi ha bisogno di conoscenze sul target specifico.

Da uno studio emerso si legge che anche i politici si sono addentrati nel mondo di Facebook e che, i più accreditati tra loro, vantano fino a 8 mila fans...è possibile ipotizzare che l'implementazione di questo social network attraverso Nexus diventi uno strumento di comunicazione anche politica? E quali usi le aziende potrebbero fare delle informazioni raccolte tramite Nexus? Una nuova frontiera nella comunicazione si sta sviluppando...

PAOLO PROSPERI



Grafica Radial

Vetrine "Touch screen", un nuovo modo di comunicare con il cliente

Il futuro è arrivato e non sono neanche passati troppi anni da quando Steven Spielberg, in uno dei suoi film, *Minority Report* ci mostrava una realtà digitale che sembrava troppo lontana dalla nostra. Oggi, grazie ad una nuova tecnologia, è infatti possibile interagire con gli schermi digitali proprio come Tom Cruise. Niente di nuovo fin qui, in quanto i *touch screen* sono da tempo diffusi sul mercato hardware, tuttavia quella di cui stiamo parlando è una tecnologia molto arricchita rispetto al passato. Parliamo di *Hand Tracker* un nuovo dispositivo *touch* che si differenzia dai tradizionali *touch screen* proprio per non avere la necessità di essere toccato, offrendo, al tempo stesso, un'interazione diretta con l'utenza.

La particolarità dei "touchless" è quella di proiettare due fasce luminose a bassissima intensità sulla superficie da trasformare in strumento interattivo, queste fasce saranno in grado, tramite un algoritmo, di localizzare le coordi-

nate della mano sul piano e di trasformare graficamente questa informazione in un mouse che si muove sulla superficie e che interagisce con essa. Le lampade sono in grado di rendere tattili aree fino a 4 metri quadrati di grandezza, si possono posizionare fino a 10 metri sopra e sotto la superficie che potrebbe essere un monitor, una vetrina, cartelli pubblicitari, pannelli di proiettori ecc...

Tra tutti i possibili utilizzi di *Hand Tracker* quello più interessante è proprio quello di rendere interattive le vetrine dando a tutti l'opportunità, anche quando il negozio è chiuso, di richiedere informazioni, servizi o semplicemente di sfogliare un catalogo. Rispetto al touch screen HT si distingue per le infinite possibilità di installa-

IL FUTURO E' ARRIVATO ...

Il riferimento a Minority Report è anche nel font utilizzato per scrivere il claim che accoglie i visitatori del sito web



zione e disinstallazione, cosa che rendeva non più utilizzabile la vecchia tecnologia, inoltre sarebbe possibile non rinunciare a condizioni di sicurezza come vetri blindati e quant'altro.

Interessantissimo è anche l'utilizzo di *Hand Tracker* insieme ad uno schermo olografico che consente di unire la proiezione di immagini altamente realistiche ad un'interazione spaziale che, con l'aiuto del sonoro, proietta l'utente in una realtà virtuale incredibilmente coinvolgente.

HT inoltre, se installato in Show Room o Reception, rappresenterebbe un modo innovativo di parlare con clienti e visitatori in quanto permetterebbe di comunicare in modo interattivo e consentirebbe all'utente che "gioca" col sistema di avere informazioni supplementari e dettagliate su prodotti o servizi e di reperire materiale informativo tramite l'utilizzo di siste-

(Continua a pagina 7)



Vetrine “Touch screen”, un nuovo modo di comunicare con il cliente

(Continua da pagina 6)

mi bluetooth integrabili all'apparato.

Nonostante le proposte applicative, l'utilizzo di questa nuova tecnologia potrebbe essere esteso in un qualsiasi campo andando ad aumentare sempre più le possibilità di comunicazione e raccolta dati di società che potrebbero, ad esempio, semplicemente utilizzare degli spazi di passaggio all'interno della città per interagire con il proprio target di riferimento, fare sondaggi, raccogliere adesioni e quant'altro, il tutto senza limiti posti dal giorno e dall'orario. Questo comporterebbe soltanto l'applicazione di Hand Tracker su cartelloni pubblicitari già esistenti limitando investimenti o lavori stradali di adeguamento tecnico.

Per maggiori informazioni su Hand Tracker è possibile visitare il sito internet www.handtracker.it.

PAOLO PROSPERI



APPROFONDIMENTO

Gli obiettivi che possono essere raggiunti con Hand Tracker

- Attirare nuovi potenziali clienti
- Raccolta dati (oltre a farli interagire, tramite l'applicazione è possibile incoraggiare gli utenti a lasciare i propri dati)
- Migliorare la promozione dei prodotti attraverso un mezzo innovativo, che attira l'attenzione
- Dare informazioni all'utente che ha una curiosità verso i nostri servizi ma non si “sente pronto” ad entrare e chiedere al personale
- Erogare servizi ai clienti 24ore su 24, 7 giorni su 7
- Dare informazioni di utilità generica: quotazioni di borsa, meteo, news dia genzia....
- Mettere a disposizione giochi con sonoro compreso (è possibile installare anche altoparlanti che usano la vetrina stessa da cassa acustica),
- Fornire contenuti erogabili via bluetooth, ...

Vuoi questo spazio per la tua Pubblicità ?

Scrivi all'indirizzo promo@sentieridigitali.it

STATISTICHE

Cotec presenta il rapporto 2008 sull'innovazione

Cotec, la Fondazione per l'innovazione e la tecnologia, ha come *mission* sostenere lo sviluppo e la competitività tecnologica italiana, realizzando studi e ricerche, coinvolgendo tutti gli stakeholders, organizzando iniziative ed eventi per supportare la diffusione di una cultura dell'innovazione.

Presentando il rapporto 2008, che riporta i dati relativi alle spese in Ricerca e Sviluppo del 2006, si evidenzia il perdurare di una situazione di ritardo dell'Italia, che il clima finanziario attuale non contribuirà certo a migliorare in futuro.

volano per la crescita delle imprese e non solo per quelle di grandi dimensioni. I vantaggi della tecnologia vengono sempre più spesso sfruttati dalle Pmi, che ottengono in media un aumento del livello competitivo e del loro fatturato con la vendita di prodotti e servizi innovativi.

La tabella indica l'evoluzione 2000-2006 degli investimenti in alcuni Paesi europei, confermando il perdurante ritardo italiano. Per quanto concerne gli investimenti in ricerca e sviluppo, la spesa per attività svolta in Italia dalle imprese, dagli enti della pubblica amministrazione, dalle



Nel 2006, i dati che riguardano le spese da parte delle imprese per ricerca e sviluppo registrano una tendenza positiva, tuttavia l'Italia si posiziona in coda ai paesi europei. Gli investimenti rappresentano in Italia lo 0,55% del Pil, in Paesi come Regno Unito, Francia e Germania la spesa è il doppio, mentre le imprese spagnole mostrano una chiara tendenza ad accrescere gli investimenti in R&S, aumentandoli in soli sei anni dallo 0,49% allo 0,67%. L'innovazione si propone come

istituzioni private e dalle università, ha una crescita del 3,99% dal 2003 al 2005, mentre il numero degli addetti alla R&S è cresciuto del 18,6% dal 1999 al 2005.

Nel confronto internazionale si ha una minore spesa in R&S delle imprese italiane rispetto alla Germania (l'Italia spende il 69,3% dei loro investimenti), alla Francia (il 63,8%) e al Regno Unito (il 63,9%). Una situazione che spiega la decrescente competitività delle nostre imprese.

GIUSEPPE MAGGIO

Spesa in R&S delle imprese su Pil

Anno	2000	2006
Francia	1,34%	1,34%
Regno Unito	1,21%	1,10%
Italia	0,52%	0,54%
Spagna	0,49%	0,67%

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
Giuseppe Maggio
Paolo Prospero

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

