

QUADERNI DI DIRITTO ED ECONOMIA
DELLE COMUNICAZIONI E DEI MEDIA

Direttore

Giovanni CREA
Università Europea di Roma

Comitato scientifico

Stefano ATERNO
Studio Legale Aterno

Alfonso CONTALDO
Libera Università degli Studi della Tuscia

Gennaro Paolo CUOMO
Libera Università degli Studi
"Maria SS. Assunta" – LUMSA

Rocco MAMMOLITI
Poste Italiane

Maurizio MENSÌ
Libera Univ. Inter.le Studi Sociali "Guido Carli" LUISS

Marianna QUARANTA
Università telematica Pegaso

Elisabetta ZUANELLI
Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Comitato redazionale

Francesca ATTANASIO
Università degli Studi di Salerno

Federico DE SILVO
Alenia

Francesco MINCIOTTI
Studio legale Viglione

Ivana NASTI
Autorità per le garanzie nelle comunicazioni

Giampietro PIROZZI
Tribunale di Nola

Luigi PRINZI
Telecom Italia

QUADERNI DI DIRITTO ED ECONOMIA DELLE COMUNICAZIONI E DEI MEDIA

Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione sono un elemento imprescindibile per una società le cui prospettive di sviluppo riposano sull'utilizzo di infrastrutture di rete e di servizi di telecomunicazione necessari a supportare lo svolgimento di numerose attività (scambi economici, governo del territorio, rapporti tra istituzioni e cittadini, ...). L'avvento di Internet e delle nuove tecnologie sta determinando il passaggio alla società dell'informazione, ma pone anche questioni di ordine economico e giuridico che, per essere adeguatamente affrontate, richiedono un cambiamento culturale da parte di famiglie, organizzazioni e istituzioni.

La collana "Quaderni di Diritto ed Economia delle comunicazioni e dei media" si propone di trattare le questioni economico-giuridiche proprie del settore delle telecomunicazioni e dei *media* che caratterizza la società dell'informazione; questioni che riguardano i diritti fondamentali delle persone, la tutela della concorrenza e del pluralismo dei mezzi di comunicazione, la protezione dei consumatori, la neutralità della rete. In questa prospettiva, la collana ospita lavori di carattere teorico ed empirico di studiosi e ricercatori che possano rappresentare strumenti utili sia alla comunità scientifica per il prosieguo della ricerca sia agli *stakeholder* del settore (autorità di garanzia, operatori di telecomunicazioni, associazioni dei consumatori) per la definizione delle loro strategie. La collana è aperta a contributi di diverso profilo editoriale – monografie, opere curate, atti di convegni e seminari – il cui obiettivo comune è il monitoraggio di un contesto socio-economico in continua evoluzione, per averne conoscenza e per formulare previsioni che possano orientare le decisioni pubbliche e private.

Information and communication technologies are a fundamental asset for societies whose growth prospects are based on the use of network infrastructures and telecommunication services needed to support various activities (economic transactions, government of territory, connections between institutions and citizens, ...). Internet and new technologies are driving the transition to knowledge society; they also pose economic and legal issues that require a cultural change of view by families, organizations and institutions, in order to be properly faced.

The series "Notebooks of Law and Economics of the communications and media" is intended to discuss economic and legal aspects in telecommunications and media that characterize the information society. The series deals with basic rights of individuals, the protection of competition and pluralism of media, the protection of consumers, and net neutrality. In this perspective, the series contains theoretical and empirical articles by experts and researchers who could provide useful tools to the scientific community and stakeholders in the sector (authorities, telecom operators, consumers' groups) for the definition of their strategies. The series is open to contributions of different editorial profiles – monographs, conference and seminars proceedings – whose common goal is the monitoring of social and economic development as related to technologies in order to elaborate knowledge and guidelines for public and private decisions.

Elisabetta Zuanelli

**Amministrazione digitale
e innovazione tecnologica**

Analisi, riflessioni, proposte



Copyright © MMXIII
ARACNE editrice S.r.l.

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

via Raffaele Garofalo, 133/ A-B
00173 Roma
(06) 93781065

ISBN 978-88-548-5796-4

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: gennaio 2013

- 5 *Indice*
- 9 *Introduzione*
- 11 **Capitolo 1**
Attualità e prospettive della comunicazione istituzionale e dei servizi digitali: una ricognizione preliminare
- 1.1. Osservazioni introduttive, 11 – 1.2. La nozione di comunicazione istituzionale: un approccio pragmatico, 13 – 1.3. I parametri di qualità dell'informazione e della comunicazione istituzionale, 14 – 1.4. L'Europa elettronica e l'economia della conoscenza, 17 – 1.5. Strumenti e servizi digitali: un percorso da implementare, 20
- 23 **Capitolo 2**
E-government* e servizi digitali nel Web: definizioni, valutazione di qualità, *benchmark
- 2.1. Premessa, 23 – 2.2. *E-government* e servizi digitali: definizioni e criteri organizzativi per i servizi *online*, 25 – 2.2.1. L'*e-government* interno ed esterno, 25 – 2.2.2. I servizi digitali, 27 – 2.3. La valutazione di qualità dei servizi pubblici digitali nel Web, 31 – 2.3.1. Le ricerche in materia, 32 – 2.3.2. Metriche da implementare, 33
- 37 **Capitolo 3**
La qualità e i costi dei servizi ICT: pianificazione e strumenti
- 3.1. Le tematiche e le motivazioni, 37 – 3.1.1. Il punto di vista istituzionale, 39 – 3.1.2. Il punto di vista dei gestori/intermediari di servizi, 39 – 3.1.3. Il punto di vista del fornitore/produttore, 40 – 3.1.4. Il punto di vista del cittadino, 41 – 3.2. Gli strumenti: *benchmarking*, valutazione del costo

e formazione relativi alle forniture ICT, 41 – 3.2.1. Il *benchmarking* europeo in ICT, 42 – 3.2.2. La valutazione dei costi, 43 – 3.2.3. Obiettivi di una formazione sulla qualità delle forniture di prodotti e servizi ICT, 46

49 **Capitolo 4**
Progettare comunicazione istituzionale: obiettivi strategici, strumenti, ROI

4.1. I piani di comunicazione: luci e ombre, 49 – 4.2. La normativa sulla comunicazione in chiave organizzativa, 50 – 4.3. Uso e abuso della pubblicità istituzionale, 53 – 4.4. Il piano di comunicazione: strategia dell'istituzione e obiettivi comunicazionali, 54 – 4.5. Il ROI della comunicazione, 57

61 **Capitolo 5**
***E-government, e-democracy, e-participation*: nomalismo elettronico, ma meno male che c'è il Web**

5.1. La partecipazione in Rete, 61 – 5.1.1. *E-Europe, e-government, e-democracy, e-participation*, 62 – 5.1.2. Le linee d'azione della *e-participation*, 64 – 5.2. Partecipazione e diritto all'informazione, 70 – 5.2.1. Norme storiche, partecipazione, attuazione, 71

77 **Capitolo 6**
***Open data, open government, open science, open courseware*: scienza, conoscenza e trasparenza aperte nel terzo millennio**

6.1. I dati aperti: qualche riflessione terminologica, 77 – 6.2. L'*open data* in Italia: le norme e le licenze, 79 – 6.3. I movimenti e le questioni da approfondire, 86

91 **Capitolo 7**
Economia digitale, economia dell'informazione digitale, economia della sicurezza dell'informazione: potere, monopolio, strategie

7.1. Informazione e conoscenza: una visione teorica ed economica, 91 – 7.2. Economia digitale ed economia dell'informazione digitale, 95 – 7.3. *E-Europe* e l'economia della conoscenza, 97 – 7.4. L'ENISA e l'economia della sicurezza dell'informazione, 100

- 103 Capitolo 8
Il *cloud computing*; definizioni, modelli, vantaggi e rischi
- 8.1. Definizioni, 103 – 8.2. I vantaggi della nuvola, 103 – 8.3. Le tipologie di *cloud*, 106 – 8.4. Il dibattito, 109 – 8.5. La sicurezza e la privacy, 112 – 8.6. I modelli di *cloud computing* e i criteri da verificare, 114
- 117 Capitolo 9
La qualità dell'informazione economica: fonti, percezione sociale e atteggiamenti nel pubblico
- 9.1. Disambiguiamo la parola "informazione", 117 – 9.2. L'informazione economica come notizia e l'impatto sull'opinione pubblica, 120 – 9.3. La qualità dell'informazione economica giornalistica e le sue fonti, 122 – 9.4. L'informazione economica delle Agenzie di *rating* e la sua formulazione 125 – 9.5. Brevi conclusioni sui limiti e la trasparenza delle procedure, 128
- 131 Capitolo 10
***E-Europe, i-Europe* ed Europa 2020: le Agende digitali**
- 10.1. *E-Europe* e *i-Europe*, 131 – 10.1.1. Commissione europea *i2010*: società europea per l'informazione 2010, 132 – 10.1.2. La Direttiva 27 luglio 2005 e il CAD, 133 – 10.1.3. *White paper on a European Communication Policy (COM 2006 – UE)*, 136 – 10.2. Le Agende digitali europee e l'agenda digitale italiana, 136 – 10.2.1. Il Piano d'azione europeo 2006-2011, 137 – 10.2.2. Il Piano d'azione europeo 2011-2015, 138 – 10.2.3. L'Agenda digitale europea 2010-, 138 – 10.2.4. L'Agenda digitale italiana, 140
- 142 *Appendice normativa*

Introduzione

Questo breve testo raccoglie i contributi pubblicati dal 2011 al 2012 nella rubrica “Comunicazione istituzionale e servizi digitali” per la *Rivista* della Guardia di Finanza. Ringrazio, pertanto, la Guardia di Finanza, editrice istituzionale, per aver concesso la pubblicazione in questa diversa modalità editoriale.

Il testo riassume altresì analisi e riflessioni sul tema dell’innovazione digitale nelle amministrazioni dello stato, svolte in parte nel contesto formativo della Scuola Superiore dell’Economia e delle Finanze, organismo centrale del Ministero dell’Economia e delle Finanze. Le analisi si collocano nell’ambito europeo della cosiddetta *economia digitale*, tema sul quale si confrontano dal 2000, anno di decollo dell’Europa elettronica, le istituzioni internazionali e i singoli stati nazionali, non ultima l’Italia.

La recente istituzione dell’Agenzia digitale nel nostro Paese comporta il delicato compito di proseguire il lavoro avviato dai recenti governi su vari fronti per la digitalizzazione efficace del Paese e dell’Amministrazione pubblica. Insieme si dovranno correlare la strategia e l’Agenda digitale nazionale con le Agende digitali europee.

Gli spunti problematici in materia sono, com’è facile intendere, molteplici e le risposte operative per le attività che ci attendono lo sono altrettanto e non semplici. Esse richiedono, in ogni caso, percorsi di alta formazione interdisciplinare degli addetti e logiche di ricerca e sviluppo dedicate.

L’Università di Roma “Tor Vergata”, con il suo Centro di Ricerca e Sviluppo sull’E-Content (www.cressec.com), afferente al Dipartimento di studi di impresa, governo e filosofia, è interprete sommerso di queste ambiziose aspettative di innovazione tecnologica e di preparazione degli addetti, in una nuova prospettiva interdisciplinare della digitalizzazione: economica e giuridica, medica e umanistica.

Il Master dedicato a *Comunicazione digitale e comunicazione in Rete* e i progetti di R&D destinati a giovani, imprese e amministrazioni dello stato sono gli strumenti di costruzione di nuove professionalità, adombrate nelle analisi che seguono.

Ai giovani e agli addetti nelle amministrazioni dello stato sono dunque, in particolare, rivolte queste pagine, di stile semplice e divulgativo, per stimolare in maniera problematizzante una successiva preparazione approfondita, capace di generare nuove professionalità digitali e nuova occupazione “pulita”. Solo gli strumenti della conoscenza consentiranno di competere nella difficile sfida complessiva dello sviluppo digitale che ci attende.

Roma, 10 gennaio 2013