



Info Rai – TV n° . 81 del 22 Marzo 2011

Sommario:

1. *F1 Tv, HD: Rai in alta definizione!*
2. *Fiorello sogna un nuovo programma Tv in Rai*
3. *Tv/ Simona Ventura: Il 29 marzo raggiungo i naufraghi sull'Isola. "Io a Mediaset? Fatto non sussiste, in Rai non mi lasciano andare"*
4. *TV: la qualità Rai premiata agli Oscar TV 2011*
5. *Tv o internet? In streaming o on demand? Scelte dettate dal tempo*
6. *La fibra ottica in plastica: nuova opportunità business?*
7. *Rai/ Giovedì Cda, a odg ancora non c'è nomina direttore Tg2*
8. *Analisi Auditel – La quarta vittoria di Ballando con le stelle 2011 sulla Corrida*
9. *"Scoprire il proprio Dna digitale". La ricetta del Politecnico per le media company del futuro*
10. *Uil, estendere bilateralità a tutto il mercato del lavoro*

F1 Tv, HD: Rai in alta definizione!

Fonte: **NanoPress** <http://www.derapate.it/articolo/f1-tv-hd-rai-in-alta-definizione/27133/>

Publicato da Manuel, Lunedì, 21 Marzo 2011.

La RAI ha fatto il grande passo ed ha deciso di trasmettere il mondiale 2011 di Formula 1 in HD. Finalmente l'alta definizione arriva anche in Italia e va a colpire nel segno gli appassionati di motori. Da Roma fanno sapere che sarà possibile seguire l'evento in due formati: quello tradizionale, segnale a bassa definizione, sulle reti storiche di riferimento, vale a dire Rai Uno e Rai Due; quello in HD sul canale dedicato presente nel digitale terrestre, a disposizione di tutti coloro che sono coperti dal servizio.

F1 RAI HD. Sia le qualifiche che il Gran Premio d'Australia di Formula 1 saranno trasmesse in HD sul canale dedicato presente nel bouquet digitale terrestre dell'azienda di viale Mazzini. Per chi non avesse un televisore tecnologicamente avanzato o non fosse ancora raggiunto dal segnale digitale, resta la normale trasmissione al sabato su Rai Due e alla domenica su Rai Uno. "Rispettivamente su Rai2 e Rai1 sarà come sempre possibile assistere alle tradizionali dirette di qualifiche e corse, mentre sul canale 501 del digitale terrestre lo stesso prodotto sarà offerto appunto in HD", ha detto Maurizio Losa. "Va anche detto che per gestire la situazione stiamo superando difficoltà tecniche non certo ininfluenti, considerando che la comunicazione ufficiale della FOM della nuova opzione HD ci è stata fatta solo all'inizio del mese di gennaio 2011?", ha aggiunto il dirigente di Rai Sport. Anche quest'anno Sky, invece, ha deciso di non essere della partita non acquistando i diritti di trasmissione degli eventi motoristici.

F1 2011 HD. L'idea che la RAI parli di F1 in HD come una sorta di esperimento è alquanto imbarazzante. Non per andare a cercare il pelo nell'uovo ma sono ormai anni che l'azienda di Stato fa prove tecniche di trasmissione ed ormai è lecito attendersi una qualità di visione ottimale. Senza incertezze. Un altro esperimento del genere lo si era visto un anno fa in

occasione dei mondiali di nuoto. Ricordiamo che la Formula 1 smuove quasi mezzo miliardo di telespettatori in tutto il mondo e che da quest'anno sarà trasmessa in alta definizione praticamente in ogni nazione.

Fiorello sogna un nuovo programma Tv in Rai

Fonte: **DirettaNews.it** <http://www.direttanews.it/2011/03/21/fiorello-sogna-un-nuovo-programma-tv-in-rai/>

Fiorello, durante la conferenza stampa in occasione del lancio cortometraggio dal titolo Domani, film dedicato alla celebrazione dei 150 anni dell'Unità d'Italia, diretto da Giovanni Bufalini e prodotto dallo stesso Fiorello insieme al fratello Giuseppe, ha dichiarato di voler tornare con un programma radiofonico ma anche, e soprattutto, con uno televisivo. "Vorrei fare uno show canonico, classico, bello ed elegante, che in questo momento non c'è, senza format e senza nuovi talenti, solo io con degli ospiti", spiega Rosario, e siamo sicuri che, se un artista di tale calibro lancia un appello del genere, la Rai non tarderà a rispondere!

Tv/ Simona Ventura: Il 29 marzo raggiungo i naufraghi sull'Isola. "Io a Mediaset? Fatto non sussiste, in Rai non mi lasciano andare"

Fonte: **TMNews** http://www.tmnews.it/web/sezioni/news/PN_20110321_00137.shtml

Roma, 21 mar. (TMNews) - "E adesso sull'Isola ci vado anche io". Lo annuncia la conduttrice del reality show di Raidue Simona Ventura. "Non vedo l'ora, è sempre stato il mio sogno raggiungere i miei naufraghi e condividere con loro per un po' l'esperienza. Niente telefonini e aggeggi tecnologici". Il 29 marzo, "poco prima del mio compleanno che cade il 1° aprile", Simona Ventura si lancerà "dall'elicottero nel mare dell'Honduras e raggiungo a nuoto la spiaggia. Sarà la mia sorpresa ai naufraghi. Chissà che faccia faranno!". In un'intervista al settimanale 'Oggi' in edicola da mercoledì la presentatrice parla degli ascolti del programma: "E' partito lento ma io sono ottimista". E le voci che la vorrebbero a Mediaset? "Il fatto non sussiste semplicemente perché in Rai non hanno alcuna intenzione di lasciarmi andare via. Sono stata convocata dai vertici dell'azienda, il direttore Mauro Masi e i vice Antonio Marano e Lorenza Lei, senza che io avessi sollecitato alcun incontro, per riconfermarmi piena fiducia. Quindi resto in Rai".

Simona Ventura parla anche dell'ipotetica presenza di Ruby Rubacuori sull'Isola: "No, Ruby sull'Isola non ce la vorrei, ascolti o non ascolti". Semmai farebbe "un'Isola con un'infornata di papi girls, quelle ragazze che, a differenza di Ruby con una vita problematica e senza una famiglia alle spalle, la famiglia alle spalle ce l'hanno, ma che famiglia!". Rincarà la dose Simona Ventura: "Madri e padri orgogliosi che le loro figlie siano disposte a qualsiasi cosa in cambio di soldi e successo facile 'così ci sistemiamo tutti quanti'. Che tristezza questo depauperamento di valori! Io non capisco come sia potuto succedere - prosegue la presentatrice - Se penso a mia madre e a mio padre? Ai valori forti che mi hanno trasmesso: che nella vita i propri sogni bisogna conquistarseli con studio e impegno".

E che Isola farebbe con le papi girls? "Un'Isola 'cattiva', dove queste ragazze dovrebbero per una volta tanto fare dei veri sacrifici: soffrire la fame e il freddo, procurarsi il cibo fra mille difficoltà, scontrarsi fra di loro". Conclude: "Imparerebbero finalmente qualcosa d'importante dalla vita. E sarebbe una lezione anche per i loro genitori, che sono i veri colpevoli del comportamento delle figliole".

TV: la qualità Rai premiata agli Oscar TV 2011

Fonte: **Primaonline** <http://www.primaonline.it/2011/03/21/90391/tv-la-qualita-rai-premiata-agli-oscar-tv-2011/>

ROMA (ITALPRESS) - La 51^a edizione del "Premio Regia Televisiva", che si è svolto a Sanremo al Teatro Ariston e che Rai1 ha trasmesso in diretta in prima serata, ha visto la migliore produzione Rai premiata dalla Giuria, formata da oltre 100 testate giornalistiche e confermata dall'Accademia di Garanzia, presieduta da Gigi Vesigna.

Nel corso della manifestazione ideata da Daniele Piombi, sul palco del Gran Gala' condotto da Fabrizio Frizzi con Hoara Borselli, ben sei programmi Rai si sono aggiudicati gli Oscar Tv 2011 tra i dieci vincitori.

In ordine, sono stati premiati: il 61° Festival di Sanremo, condotto su Rai1 da Gianni Morandi con Elisabetta Canalis, Belen Rodriguez, Luca Bizzarri e Paolo Kessisoglu; la trasmissione di Rai3 "Chi l'ha visto?", condotta da Federica Sciarelli; il grande teatro di Rai1 con "Filumena Marturano", interpretata da Massimo Ranieri e Mariamgela Melato; "I migliori anni", il programma condotto da Carlo Conti su Rai1; il game show di Rai1 "Soliti Ignoti", di Fabrizio Frizzi; la trasmissione "Ti lascio una canzone", con Antonella Clerici su Rai1; la Miglior Fiction e' risultata "La leggenda del bandito e del campione", interpretata da Beppe Fiorello e Simone Gandolfo, diretta da Ludovico Gasperini.

Inoltre, il Televoto da casa ha stabilito che fra i 10 Premi Tv il Miglior Programma Televisivo e' stato "Ti lascio una canzone" proposto da Rai1.

E' stato anche un successo per Luciana Littizzeto, giudicata il Miglior Personaggio femminile dell'anno, mentre Belen Rodriguez, impegnata al Festival di Sanremo e nella fiction "Il commissario Montalbano", e' stata eletta Miglior Personaggio Rivelazione dell'anno.

Il successo della manifestazione e' stato decretato anche dagli ascolti, con quasi 5 milioni di telespettatori che hanno seguito l'evento in diretta su Rai1.

Tv o internet? In streaming o on demand? Scelte dettate dal tempo

Fonte: **Newsline** <http://www.newsline.it/notizie/tv-o-internet-in-streaming-o-on-demand-scelte-dettate-dal-tempo>

La stampa è piena di catastrofisti che danno la tv per spacciata. Alcuni giornalisti addirittura parlano di giorni contati. Lo fanno, evidentemente, senza cognizione di causa.

Che il declino della tv generalista stia accelerando quanto la nota sfera sul piano inclinato è vero; ma il repentino tramonto di una tecnologia tanto presente nelle case di tutto il mondo è da considerare eccessivo. Lo spunto per questi azzardi proviene dalla soddisfacente proliferazione di tv internet-ready e box connessi (Premium Net Tv, Cubo Vision, Apple tv, ecc.), aspetto che sta effettivamente consolidando una linea di mercato già in corso: quella della tv on demand. Ma prima che broadcaster o manufacturer possano dire la loro in proposito, è bene ricordare che il primo responsabile della nuova concezione di televisione è, senza dubbio, il nostro tempo. Il passaggio alla tv on demand, ben più che il passaggio alla tecnologia digitale terrestre o web-based, è sintomo del cambiamento delle nostre vite, dei nostri tempi. In altre parole, è l'unico modo che la televisione ha per adeguarsi ai tempi (personali o di lavoro) di qualunque telespettatore, senza concedersi appieno solo a chi la guarda in prime time. Perché ciò che regola il mercato televisivo è il tempo. Il tempo è ciò che manca; oppure, quando c'è, è "disponibile" in momenti diversi da quelli adatti a seguire la tv in diretta e pertanto necessita della tv in replica una o due ore più tardi (+1, +2, +24, ecc.), nonché della possibilità di selezionare liberamente il contenuto da visualizzare, registrandolo nel proprio archivio o selezionandolo da una libreria di contenuti irrinunciabili confezionata dall'operatore. E nella maggior parte dei casi si cercano solo contenuti brevi quali serie tv, documentari, singole puntate di talent show e programmi monotematici, con il semplice obiettivo di visualizzare qualcosa dall'inizio alla fine, in tempi sempre più ristretti, in momenti sempre più occasionali. In questo scenario è davvero un peccato vedere quanto il DTT italiano non stia affacciandosi (salvo casi noti e comunque a pagamento) a questa nuova ed indispensabile concezione di fruizione del medium. Molto presto, infatti, nessuno potrà prescindere dall'offrire di tv a richiesta, soprattutto se gli abbonati ai diversi servizi continueranno ad aumentare, così modificando naturalmente la concezione di fruizione dei programmi. Insomma, nessuno potrà dimenticare la frammentazione del tempo dei telespettatori per trasmettere i propri contenuti. Pena, l'invecchiamento precoce su un mezzo che per natura e necessità "rimane al passo coi tempi". Quanto invece alla tv intesa come scatola, non è spacciata e tantomeno lascerà spazio solo ad internet se non come mero veicolo dei medesimi contenuti diffusi in tecnica numerica e satellitare. (M.M. per NL)

La fibra ottica in plastica: nuova opportunità business?

Fonte: **i-dome.com** <http://www.i-dome.com/articolo/17368-La-fibra-ottica-in-plastica-nuova-opportunit%C3%A0-business.html>

La fibra ottica fa decollare le connessioni Internet, ma le zone coperte in Italia restano comunque limitate alle grandi aree urbane.

Ed anche se in alcune città del Belpaese sono partite le offerte a 100 Mbit, la maggior parte degli utenti italiani si devono accontentare di connessioni mediocri, con velocità che nella maggior parte dei casi si attestano su valori inferiori ai 5 Mbit.

La colpa di una diffusione così lenta è da ricercare nei costi di installazione e di produzione delle fibre ottiche tradizionali, ma il problema potrebbe essere presto risolto con le fibre ottiche in plastica (POF). Le POF sono state presentate dall'Università degli Studi di Bologna in collaborazione con l'olandese Technische Universiteit di Eindhoven in uno studio pubblicato sulla rivista scientifica Journal of lightwave technology.

Le fibre ottiche in plastica sono di facile installazione, poichè il loro diametro è pari ad un millimetro, cioè circa cento volte superiore a quello delle fibre tradizionali in vetro o seleniuro di zinco, che risultano quindi fragili e di difficile manovrabilità.

La facilità dell'installazione dovrebbe corrispondere ad un forte abbassamento dei costi, ulteriormente abbattuti dai materiali plastici usati per la produzione delle fibre, che si trovano assolutamente a buon mercato, come afferma Davide Visani, ricercatore dell'Università di Bologna coinvolto nel progetto.

Inoltre, dai test condotti, sembra che con un filo lungo 50 metri di fibra low-cost si possa arrivare ad una velocità di navigazione 53 volte superiore al normale, con punte di trasmissione comprese tra i 5,3 e i 7,6 Gbit/s.

Adottare questa nuova tipologia di fibre significherebbe velocizzare la realizzazione della banda ultra larga che possa finalmente sostituire la rete in rame che attualmente si estende nel paese.

Le POF sono ancora in una fase embrionale, per cui pensare di vederle all'opera nel collegare alla Rete le case degli italiani è ancora presto, ma sicuramente potrebbe essere l'inizio di un nuovo business e di un nuovo interessante e florido mercato sulla quale investire in futuro. Giovanni Barbieri.

Rai/ Giovedì Cda, a odg ancora non c'è nomina direttore Tg2

Fonte: **Primaonline** <http://www.primaonline.it/2011/03/22/90431/rai-giovedi-cda-a-odg-ancora-non-ce-nomina-direttore-tg2/>

Roma, 22 mar. (TMNews) - La nomina del direttore del Tg2, dopo l'uscita di Mario Orfeo passato alla guida del Messaggero, non figura all'ordine del giorno del Cda Rai, convocato per giovedì mattina. Per la nomina, che potrebbe arrivare la prossima settimana con la proposta del Dg in Cda, restano in ballo diversi nomi, tra cui Susanna Petruni e Antonio Preziosi, ma anche Gennaro Sangiuliano e Gianluigi Paragone.

All'ordine del giorno non figura nemmeno il caso spese del direttore del Tg1, Augusto Minzolini, su cui la Procura di Roma ha aperto un'inchiesta penale. Ma il tema potrebbe essere risollevato dall'opposizione, dopo la lettera scritta venerdì dal consigliere Nino Rizzo Nervo al Presidente Garimberti, con la quale si chiede al Dg Masi di attivare la procedura disciplinare con internal auditing e valutazione del Comitato etico sull'opportunità di una sospensione cautelativa.

All'ordine del giorno del Consiglio, tra gli altri punti, un'audizione dell'Ad di Raiworld, Claudio Cappon, e il contratto di servizio.

Analisi Auditel – La quarta vittoria di Ballando con le stelle 2011 sulla Corrida

Fonte: **tvblog.it** <http://www.tvblog.it/post/24488/analisi-auditel-ballando-con-le-stelle-2011-quarta-puntata-foto-backstage-corrida>

In una serata influenzata dalle notizie d'attualità provenienti dalla Libia le due reti ammiraglie Mediaset e Rai hanno chiesto ai propri programmi del sabato sera di continuare comunque la messa in onda. Flavio Insinna e Antonella Elia hanno offerto così le nuove divertenti esibizioni

dei concorrenti della Corrida mentre all'Auditorium Rai del Foro Italico di Roma Milly Carlucci ha condotto la quarta puntata dell'edizione 2011 di Ballando con le stelle, una serata di cui vi offriamo anche una galleria esclusiva di foto dal backstage a fine articolo.

Ancora una netta vittoria quella di ieri sera per l'unico varietà degno di questo nome di questa stagione dell'intrattenimento di Rai1, la rete di Mauro Mazza, figura che sta brillando per la sua assenza all'auditorium del foro italico in Roma in queste prime 4 puntate, riesce quindi nuovamente a battere Canale5 totalizzando grazie allo show condotto da Milly Carlucci il 24,81% di share e 16.513.000 contatti a fronte del 17,37% di share e 13.191.000 contatti del varietà condotto da Flavio Insinna. Andiamo dunque a fotografare questo nuovo successo per il varietà condotto da Milly Carlucci con le nostre curve dello share minuto per minuto partendo dal totale individui dove notiamo come la curva del Tg1 delle ore 20 vinca nettamente la sfida col Tg5 scorrendo oltre la soglia del 25% con la linea arancione del Tg5 sulla linea del 20%.

Nell'access time bene la linea blu di Affari tuoi con la curva di Striscia che impatta con quella marrone del totale delle digitali più pay. Passando al prime time vediamo come la curva blu di Ballando scorra decisamente al comando vicino alla linea del 25% di share battendo anche le digitali e pay che ieri sera ospitavano Milan-Palermo, con la linea arancione della Corrida appena sopra alla soglia del 15%. Ancora più netta la supremazia della curva blu di Ballando nella seconda serata quando vola già dalle 23 circa oltre il 25% di share, chiudendo sulla linea del 30%. Vediamo ora le curve per target analizzando i dati per aree geografiche.

Partiamo dal grafico con i numeri del nord dove vediamo la curva marrone delle digitali più pay al comando sopra alla soglia del 20%, ma con la linea blu di Ballando con le stelle subito vicinissima che al termine di Milan-Palermo opera sorpasso fino a sfondare nel corso della serata il muro del 25% di share. La curva della Corrida scorre decisamente bassa sotto alla soglia del 15%. Passando al grafico con i dati del centro vediamo la curva blu di Ballando assolutamente al comando attorno al 30% in prime time e fino al 35% in seconda serata, segue in prime time la curva delle digitali più pay, mentre la curva arancione della Corrida si accontenta di scorrere attorno al 15%. Risultato migliore per la Corrida fra il pubblico del sud/isole dove vediamo la curva arancione che pur perdendo la sfida con Ballando riesce a duellare scorrendo fra il 25% ed il 30% di share. Nella classe AA vince la curva marrone delle digitali più pay, ma fra le reti free è la curva di Ballando che prevale nettamente scorrendo durante la partita di calcio sul 20%, mentre in seguito fino al 25%, unica curva che da del filo da torcere a quella marrone delle digitali. In questo target pregiato la curva della Corrida sprofonda fin sotto al 10%.

"Scoprire il proprio Dna digitale". La ricetta del Politecnico per le media company del futuro

Fonte: **La Stampa**

http://www.lastampa.it/web/cmstp/tmplrubriche/tecnologia/grubrica.asp?ID_blog=30&ID_articolo=8806&ID_sezione=38&sezione=

FEDERICO GUERRINI

MILANO

Nello scenario in continua evoluzione dei nuovi media, gli orizzonti si spostano di continuo, rendendo difficile formulare previsioni. I ricercatori dell'Osservatorio New Media & Tv del Politecnico di Milano hanno presentato quest'oggi un rapporto "New Media: tante novità ma quali strategie?" in cui, dopo aver analizzato la situazione del settore a fine 2010, più che fornire delle risposte provano a formulare le giuste domande.

L'indagine è stata condotta attraverso tre principali tipologie: in primis i censimenti, con l'analisi di 500 canali televisivi nazionali su digitale terrestre, satellite e IpTv (piattaforme che insieme costituiscono le cosiddette Sofa-Tv); lo studio della presenza di 1.182 aziende (appartenenti ai settori stampa, radio e Tv) su Web e dispositivi mobili e la valutazione dei widget dei tre principali produttori di apparecchi per Tv connesse al web.

Poi, i casi di studio, rappresentati da 50 imprese italiane tramite interviste dirette, e le stime di mercato sempre ricavate da interviste dirette ai principali player della filiera. La fotografia del mercato dei media nel 2010 mostra una situazione sostanzialmente stabile, con una leggera crescita del 3 % che porta il settore a sfiorare quota 17 miliardi di euro.

I media digitali crescono però quasi del 10 per cento, arrivando a quota 4,9 miliardi, e potendo contare per il 29% del mercato complessivo. Un risultato dovuto alla crescita della pubblicità su Internet (+13%), sulle Sofa-Tv (+50%) e sulle piattaforme mobile (+15%), che riesce a compensare la contrazione delle vendite premium (-9%) per le Tv e dei ricavi pay (-4%) per i cellulari. Le Connected Tv, ovvero i televisori con accesso a Internet, restano ancora un fenomeno marginale, vuoi per difficoltà pratiche, vuoi per l'assenza di un collegamento a banda larga degno di questo nome in molte zone del nostro Paese. Tuttavia, a fine 2010 sono circa 2,7 milioni i televisori con questa possibilità nelle case degli italiani.

L'anno passato è stato caratterizzato dal lancio dell'iPad, dall'ulteriore crescita nell'utilizzo dei social media anche in Italia, dalla proliferazione dei video online, dal boom delle applicazioni per smartphone e dalla diffusione del digitale terrestre. Cambiamenti le cui effettive conseguenze devono probabilmente ancora manifestarsi del tutto e che non si traducono per il momento in significative variazioni dei mercati.

Per quanto riguarda gli Internet Media, quelli fruibili da Pc e tablet secondo la metodologia usata nella ricerca, "i ricavi pubblicitari derivanti dai due fenomeni "evolutivi" principali – spiegano gli autori – diffusione dei social media e proliferazione dei video – pari ad alcune decine di milioni di euro in tutto, rimangono ad oggi una componente abbastanza contenuta del complessivo mercato pubblicitario online, anche se in forte crescita".

In futuro è attesa un'importante crescita di questi ricavi, anche se, sottolineano gli studiosi, bisogna tener conto di alcune potenziali controindicazioni: l'impatto, potenzialmente fastidioso per l'utente di un'eccessiva presenza pubblicitaria su video online e social network, la delicatezza del tema della tutela dei dati privati degli utenti su Facebook & C., la diffidenza degli investitori nei confronti di un ambiente – parliamo sempre dei social network – in cui i contenuti non sono controllabili perché generati dagli utenti.

Molto dipenderà poi da come penderà la bilancia nel confronto due modelli di fruizione di contenuti: quello basato sulle applicazioni a pagamento che solletica molto le aziende e quello della fruizione libera che ha finora caratterizzato il Web. Nell'ultimo anno si è assistito al boom delle applicazioni per smartphone e tablet, grazie alla promessa di una maggiore usabilità e di funzioni aggiuntive per l'utente, non disponibili su Internet. L'implementazione del linguaggio di programmazione Html 5 su molti siti è destinato però a superare questi limiti del Web tradizionale. "Siamo solo all'inizio di una memorabile battaglia tra questi due mondi – dicono i ricercatori".

Le strategie future delle aziende che vogliono essere presenti nei nuovi media, secondo l'Osservatorio, dovranno tener conto dell'evoluzione del mercato dei tablet e di quello dell'offerta di contenuti per cellulari intelligenti: puntare su una strategia multicanale è uno dei consigli dati dai ricercatori agli imprenditori mediatici a venire. Più in generale, gli studiosi sostengono la necessità di un cambiamento culturale che porti le aziende da "Media Company" a "Media Entrepreneur"

"Occorre qualcosa di più complesso e profondo, che va al di là delle "mode" e delle innovazioni del momento - afferma Andrea Rangone, Coordinatore degli Osservatori ICT & Management della School of Management del Politecnico di Milano - Innanzitutto, occorre saper scoprire la propria vera identità digitale, comprendere il proprio DNA in termini di risorse e competenze core e, coerentemente, inventare una propria strategia digitale, capace di identificare nuove proposizioni di valore e nuove fonti di ricavi. In secondo luogo, occorre creare un'organizzazione flessibile, capace, in questo scenario digitale così imprevedibile, di sperimentare velocemente e di apprendere criticamente dalle esperienze e anche dai fallimenti per mettere a punto continuamente nuove azioni."

Interessanti i risultati della ricerca condotta sugli editori tradizionali, che ha evidenziato una forte propensione alla sperimentazione, con ben 221 applicazioni presenti a gennaio 2011 sui diversi negozi online. Un'analisi specifica ha riguardato la presenza degli editori su iPad; a gennaio 2011, il 6% delle testate esaminate aveva un'applicazione per il tablet. Nella maggior parte dei casi, si trattava però soltanto di una mera replica della versione cartacea, anche se non mancano le proposte innovative.

Poco confortante il risultato di un approfondimento sulla presenza Web di un migliaio di aziende dell'editoria periodica: quasi una testata su due (48%) non aveva un sito direttamente riconducibile alla testata stessa e quasi 2 testate su 3, di quelle con un sito web dedicato, sono state valutate di basso valore dal punto di vista dell'usabilità, della ricchezza informativa e della presenza di servizi di community.

Uil, estendere bilateralità a tutto il mercato del lavoro

Fonte: **Adnkronos** http://www.adnkronos.com/IGN/Lavoro/Sindacato/Uil-estendere-bilateralita-a-tutto-il-mercato-del-lavoro_311792303187.html

Delle potenzialità della bilateralità, ma anche degli aspetti critici che rimangono da superare, si è parlato questa mattina a Roma. in un convegno organizzato dalla Uil, dal titolo 'Al lavoro per la bilateralità'.

"Milioni di lavoratori nel nostro Paese -ha detto il segretario confederale della Uil, Guglielmo Loy- hanno forme di tutele che non sono solo quelle garantite dallo Stato. In edilizia, artigianato, commercio vengono erogate prestazioni da strutture costituite da lavoratori e imprese, che consentono di dare aiuto ai lavoratori più in difficoltà. Pensiamo al sostegno al reddito in caso di perdita di occupazione o alle borse di studio per i figli di lavoratori: aiuti che contano quasi come un aumento contrattuale, in termini di reddito. Noi vogliamo che questa pratica si espanda a tutto il mondo del lavoro".

Uno dei problemi della bilateralità, infatti, è che essa, come ha ricordato l'ex ministro del Lavoro e attuale senatore Pd, Tiziano Treu "nasce dalla contrattualità e non viene realizzata per i cosiddetti lavoratori atipici".

C'è poi un altro presupposto che sarebbe quanto meno auspicabile: ed è quello dell'unità sindacale. Ma nell'epoca degli accordi contrattuali separati, nascono anche enti bilaterali dove non ci sono tutte le confederazioni. Lo ha ricordato Rocco Palombella, segretario generale dei metalmeccanici della Uil. "Nel 2009, insieme alla Fim per i lavoratori e a Federmeccanica e Assisital per i datori, abbiamo dato vita a un fondo bilaterale di assistenza al reddito, che interviene a integrazione degli ordinari ammortizzatori sociali. Un ente nato dal contratto nazionale".

Per Paolo Reboani, presidente di Italia Lavoro, agenzia tecnica del ministero che ha avviato proprio un monitoraggio nazionale sugli enti bilaterali, bisogna poi considerare che "la bilateralità essendo finanziata dai suoi aderenti funziona bene in un contesto economico favorevole e meno bene durante la crisi". Per questo si può pensare a una razionalizzazione "riunendo ad esempio più fondi bilaterali dello stesso settore".