

COMUNICAZIONE punto **doc**

Rivista della Scuola di Dottorato Mediatrends della Sapienza Università di Roma

NUMERO 10 - LUGLIO-AGOSTO 2014

LOGO FAUSTO LUPETTI EDITORE
- BOLOGNA -

Comunicazionepuntodoc
Numero 10 – luglio-agosto 2014

Rivista semestrale
Registrazione presso il Tribunale di
Milano n. 134 del 20-03-2009
Issn 2282-0140
Isbn 978-88-6874-090-0

Direzione editoriale

Logo Fausto Lupetti Editore
Via del Pratello, 31 – 40122 Bologna
Tel. 0039 051 5870786

In coedizione con
Galatea srl
Piazza Grandi, 24 – 20137 Milano
www.faustolupettieditore.it

www.comunicazionepuntodoc.it
comunicazionepuntodoc@uniroma1.it

*L'immagine raffigurata in copertina è
un'opera originale di Ciriaco Campus
realizzata per Comunicazionepuntodoc*

Direttore responsabile

Mario Morcellini, Sapienza Università di Roma

Comitato Scientifico

Maria Stella Agnoli, Sapienza Università di Roma

Davide Borrelli, Università del Salento

Luois Begioni, Università di Roma Tor Vergata, Université Charles-de-Gaulle - Lille 3

Mauro Cerbino, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales - Sede Ecuador

Simona Colarizi, Sapienza Università di Roma

Nicolò Costa, Università di Roma Tor Vergata

Peter Dahlgren, Lund University

Franca Faccioli, Sapienza Università di Roma

Giovambattista Fatelli, Sapienza Università di Roma

Renato Fontana, Sapienza Università di Roma

Valeria Giordano, Sapienza Università di Roma

Jeong-Nam Kim, Purdue University

Silvia Leonzi, Sapienza Università di Roma

Felipe Julián Hernández Lorca, Universidad de Murcia

Geert Lovink, Universiteit van Amsterdam

Jorge Luis Lozano Hernández, Universidad Complutense de Madrid

Rolando Marini, Università per Stranieri di Perugia

Barbara Mazza, Sapienza Università di Roma

Raffaella Messinetti, Sapienza Università di Roma

Maciej Miżejewski, Uniwersytet Jagielloński, Krakowie

Mario Morcellini, Sapienza Università di Roma

Pierre Musso, Université de Rennes 2

Isabella Pezzini, Sapienza Università di Roma

Michele Prospero, Sapienza Università di Roma

Diana Salzano, Università di Salerno

Juan Carlos Suárez Villegas, Universidad de Sevilla

Comunicazionepuntodoc è la rivista progettata e curata dalla *community* di dottorandi, dottori di ricerca, ricercatori e docenti della Scuola di Dottorato *Mediatrends. Storia, Politica, Società* della Sapienza Università di Roma. La rivista affianca i contributi dei giovani studiosi alle competenze più esperte dei formatori, dei ricercatori e dei docenti, al fine di creare un dialogo di saperi in cui mettere in scena punti di vista differenti e sfondi interpretativi originali, lasciando ampio spazio alle nuove prospettive di ricerca.

Comunicazionepuntodoc è uno strumento di conoscenza rivolto agli studiosi delle aree di Comunicazione e Scienze Sociali degli atenei italiani e del panorama accademico internazionale, che possono contribuire con propri articoli.

La struttura della rivista prevede una sezione monografica dedicata a uno specifico tema (saggi, articoli, interventi e interviste) e uno spazio dedicato in maniera trasversale e transdisciplinare alle diverse tematiche di ricerca delle Scienze della Comunicazione: l'analisi dei prodotti mediati, la sociologia del lavoro e delle professioni, le scienze semiotiche, i contenuti e le piattaforme espressive dei media digitali, la comunicazione politica, l'innovazione comunicativa nella Pubblica Amministrazione, l'approccio transdisciplinare alla comunicazione scientifica, il rapporto tra etica e comunicazione, la comunicazione ambientale.

Questo numero di **Comunicazionepuntodoc** è a cura di
Nicolò Costa, Università di Roma Tor Vergata
Flavia Marzano, Presidente dell'Associazione Stati Generali dell'Innovazione

Comitato di Redazione

Marzia Antenore
Erica Antonini
Marco Bruno
Francesca Colella
Francesca Comunello
Mihaela Gavrilă
Michaela Liuccio
Fabrizio Martire
Fabio Matassa
Laura Minestroni
Simone Mulargia
Paola Panarese
Stefania Parisi
Alessandro Porrovecchio
Andrea Rocchi
Christian Ruggiero
Cristina Sofia
Marialuisa Stazio
Elena Valentini
Guido Vitiello

Coordinamento Editoriale

Marta Almela Salvador
Giulia Andronico
Simone Bonini
Monika Bukat
Elia Cornelio Macrì
Vera D'Antonio
Martina Ferrucci
Anna Angela Franchitto
Serena Gennaro
Chiara Landi
Marco Laudonio
Raffaele Lombardi
Claudio Marciano
Massimiliano Pistonesi
Stefania Pizza
Giulia Rossi
Giovanni Santonastaso
Carlo Valentino

Indice

| | |
|--|-----------|
| La smart city e i professionals del capitalismo cognitivo-culturale <i>di Nicolò Costa</i> | 9 |
| Smart city come ecosistema tecnologico: bilanci e prospettive <i>di Flavia Marzano</i> | 27 |
| Parte prima: Scenario | |
| Intelligenze metropolitane. L'abitare urbano al tempo delle smart cities <i>di Stefania Parisi</i> | 39 |
| Smart City, definizione e classifiche. Il caso italiano <i>di Andrea Ingrosso, Eliseo Sciarretta, Antonio Opromolla, Mariarosaria Pazzola, Valentina Volpi, Carlo Maria Medaglia</i> | 55 |
| Diventare Smart City <i>di Patrizia Cinti, Valentina Piersanti, Marco Serra</i> | 69 |
| Parte seconda: Applicazioni | |
| Urban Experience. Il performing media per l'innovazione territoriale <i>di Carlo Infante</i> | 87 |
| City user e Smart City: verso nuove forme di urban experience. I casi di Lecce e Torino <i>di Chiara Landi, Stefania Pizza</i> | 97 |

**La pianificazione di una smart city:
stato dell'arte e confronti tra
San Francisco e Roma** 127

di Stefano Ancilli

**Barcelona: actions and strategies
to become a Smart City. Interview to
Ramon Ferrer i Escoda** 149

di Marta Almela Salvador

**Defining smart space:
scales of interaction between
architecture and social practices** 165

di Vasiliki Geropanta,

Elia Margarita Cornelio Mari

Smart Knowledge Working 183

di Giuseppe Iacono

**L'eresia del telelavoro. Una breccia
sullo spazio sociale della città
intelligente** 193

di Claudio Marciano

Parte terza: Rappresentazioni

**Nomi, cose e città (intelligenti).
Il contributo dei professionisti
alla rappresentazione delle smart city
nella stampa online** 209

di Carmine Piscopo, Martina Ferrucci,

Vera D'Antonio

**Roma città intelligente? I principi
delle smart cities tra elezioni comunali
e media locali** 225

di Andrea Pranovi

Connessioni

**Il mistero dell'unde malum.
Zygmunt Bauman e le sorgenti del male** 243

di Emanuele Rossi

**The Twilight of the British Empire
in the Polish analysts' opinion
in the 1960s** 253

di Maciej Stanecki

**Per una parità al femminile.
Note a margine del libro "La Maternità
maschile" di Juan Carlos Suàrez
Villegas** 265

di Paola Panarese

**30 anni di dottorato.
Recensione del volume di Nicola Vittorio
e Giampaolo Cerri** 275

di Monika Bukat

COMUNICAZIONE punto **doc**

numero dieci Smart city

Editoriale

Smart city come ecosistema tecnologico: bilanci e prospettive

di Flavia Marzano

Introduzione

Una città diventa davvero *smart* solo con il coinvolgimento dei soggetti che la “vivono”. Il coinvolgimento attivo e dal basso degli stakeholder da parte delle amministrazioni locali è infatti condizione indispensabile per la progettazione e lo sviluppo di una città e di un territorio intelligenti: soltanto partendo dalla conoscenza puntuale dei bisogni dei soggetti interessati e ascoltando le loro proposte si può ipotizzare un percorso di co-progettazione delle iniziative volte a rendere “*smart*” un territorio e mantenere nel tempo questa condizione. Tale percorso deve prevedere continue attività di feedback e interazione tra tutti gli attori e l’amministrazione che progetta e pianifica le iniziative di innovazione. L’interazione deve coinvolgere non soltanto singoli cittadini e imprese ma anche tutte le realtà aggregate e associative interessate alle tematiche rilevanti per lo sviluppo di un territorio intelligente (turismo, welfare, cultura, scuola, economia, lavoro, mobilità, accessibilità, accoglienza, inclusione, etc.). La collaborazione tra attori e amministrazione dovrà necessariamente sfruttare tutti i canali di comunicazione a partire dalle modalità vis à vis di ascolto e di scambio di opinioni.

È tuttavia indispensabile prevedere anche un'interazione basata sulle opportunità offerte da tempo (e quindi ormai consolidate) dalle ICT, dai social media e dalle piattaforme partecipative, adottando gli strumenti più innovativi e soprattutto quelli più adeguati agli obiettivi da raggiungere. Tra le finalità di un progetto di *Smart City*, centrale è la realizzazione delle condizioni necessarie per raggiungere un reale livello di *Open Government* che valorizzi l'intelligenza collettiva e connettiva sviluppando la cittadinanza attiva intesa come piena partecipazione ai processi decisionali, inclusione di tutti gli attori e collaborazione reciproca basata su un crescente rapporto fiduciario tra amministrazione e cittadini (intesi come tutti i soggetti attivi nel territorio).

La Smart City come ecosistema tecnologico

Il concetto di *Smart City*, come sottolineato in questa sede da molti autori, non ha ancora trovato una definizione completamente condivisa ed è ancora vago e legato ai differenti punti di vista da cui viene affrontata la tematica. Come evidenziato in alcuni interventi non può essere ridotto alla mera componente tecnologica ma comporta anche l'assunzione di una prospettiva istituzionale e di una prospettiva socio-culturale.

La valutazione della *smartness* e la rispondenza di una città al concetto di *Smart City* dipende quindi da parametri che sono anche fortemente dipendenti dal contesto e dalla vocazione della città stessa, ed è ovviamente molto condizionata dal punto di vista assunto da chi effettua la valutazione.

Sono quindi sicuramente importanti i meccanismi di misurazione, indicatori qualitativi e quantitativi purché misurabili ma è anche essenziale che tali indicatori confrontino variabili omogenee e che si tenga conto delle specificità e delle vocazioni (sociali, economiche, culturali e tecnologiche) del territorio: servono indicatori disaggregati e si devono misurare quantità tra loro omogenee.

Ciò non toglie che i sei elementi fondamentali della *smartness* definiti da Giffinger et al (2007) ovvero "economy, mobility,

governance, environment, living, people” siano assi di riferimento che devono entrare in qualunque valutazione: in maggiore o minore misura ciascuno di questi elementi è condizionato dalla tipologia e dalla qualità delle tecnologie e delle soluzioni proposte e/o adottate. E la scelta delle tecnologie non è neutra dal punto di vista delle risorse necessarie ma soprattutto non lo è dal punto di vista dei destinatari/utenti. Esistono tecnologie mirate soltanto a gruppi sociali ristretti ed elitari e altre che vogliono (e dovrebbero) rendere *smart* l’intera città/territorio, comprese quelle “periferie marginali” qui più volte citate che sono ormai non solo luoghi fisici ma anche virtuali, rendendo necessario l’intervento politico di chi governa il territorio per favorire l’inclusione digitale e la fruizione dei nuovi servizi, anche tecnologici, da parte di tutti gli *stakeholder* come peraltro già richiesto dall’articolo 1 della Legge 9 Gennaio 2004, n. 4 “Disposizioni per favorire l’accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici”, che recita: “la Repubblica riconosce e tutela il diritto di ogni persona ad accedere a tutte le fonti di informazione e ai relativi servizi, ivi compresi quelli che si articolano attraverso gli strumenti informatici e telematici”. Se pur rivolto specificamente alle persone disabili, tale articolo definisce il concetto di inclusione digitale e in tal senso, come segnalato da diversi contributi, esiste una sorta di gerarchia di azioni volte a rendere *smart* una città che vede come prioritarie le azioni più inclusive e maggiormente rivolte all’interesse collettivo (*welfare*, ambiente, energia,...).

Il potenziamento di iniziative volte all’abbattimento del divario digitale (*digital divide*), che non è solo questione di connettività e banda larga ma che si esplicita anche a livello socio-economico-culturale, diventa pertanto essenziale per garantire che il territorio diventi *smart* per tutti. La misurazione con indicatori diventa in questo contesto anche un primo elemento essenziale per poter costruire una *road map* e un modello per una Pubblica Amministrazione in grado di lavorare per obiettivi concreti e misurabili.

Condividiamo il concetto di *Smart City/Community* come definito dall’Agenzia per l’Italia Digitale (2012)¹: “Con il termine

Smart City/Community (SC) si intende quel luogo e/o contesto territoriale ove l'utilizzo pianificato e sapiente delle risorse umane e naturali, opportunamente gestite e integrate mediante le numerose tecnologie ICT già disponibili, consente la creazione di un ecosistema capace di utilizzare al meglio le risorse e di fornire servizi integrati e sempre più intelligenti (cioè il cui valore è maggiore della somma dei valori delle parti che li compongono). Gli assi su cui si sviluppano le azioni di una SC sono molteplici: mobilità, ambiente ed energia, qualità edilizia, economia e capacità di attrazione di talenti e investimenti, sicurezza dei cittadini e delle infrastrutture delle città, partecipazione e coinvolgimento dei cittadini. Condizioni indispensabili sono una connettività diffusa e la digitalizzazione delle comunicazioni e dei servizi.”

Tale definizione evidenzia l'importanza delle ICT per la creazione dell'ecosistema città, tuttavia resta ancora una definizione “neutra” in relazione a quali siano i soggetti inclusi nell'ecosistema e del ruolo loro attribuito.

Innovazione e Openness

Già nel primo (e purtroppo unico) piano di Azione di e-government² Italiano (Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Funzione Pubblica, 2000) le ICT erano alla base di *policy* innovative che proponevano azioni dirette a:

- informatizzare e migliorare l'efficienza operativa interna delle singole amministrazioni;
- informatizzare l'erogazione dei servizi ai cittadini e alle imprese che spesso implicano una integrazione tra i servizi di diverse amministrazioni;
- consentire l'accesso telematico degli utilizzatori finali ai servizi della PA e alle sue informazioni.

A partire poi dal “Memorandum on Transparency and Open Government” del Presidente Obama (21 Gennaio 2009)³ anche in Europa e in Italia il paradigma dell'*Open Government* è entrato nel linguaggio comune dei *policy maker*. I tre cardini dell'*Open*

Government sono trasparenza, collaborazione e partecipazione e dovrebbero essere alla base di una qualunque pianificazione e progettazione di territorio *smart* garantendo non solo la trasparenza che ormai è stata in larga misura acquisita sia dalla politica che dai cittadini, ma soprattutto la partecipazione che implica un'evoluzione culturale del rapporto tra amministratori e amministrati in ottica "peer to peer" attivando meccanismi virtuosi di collaborazione.

"Il rapporto tra pubblica amministrazione e cittadino viene così ridefinito, spostando il focus della relazione da un approccio orientato all'erogazione dei servizi, in cui il cittadino è mero fruitore delle prestazioni erogate dall'amministrazione, ad uno basato sulla collaborazione, in cui il cittadino partecipa alle scelte di governo. In tal senso, l'Open Government si basa su trasparenza, partecipazione, collaborazione, principi che, se applicati adeguatamente, potrebbero migliorare gli schemi operativi dell'amministrazione pubblica e i relativi processi decisionali, accrescendo la fiducia nel cittadino e onorando la missione dell'amministrazione al servizio della comunità."⁴

Si tratta insomma di partire da principi consolidati ma adottare poi nuove visioni declinandole nell'ottica dell'innovazione (tecnologica e non). Quali sono i principali requisiti per innovare? In questo specifico contesto alcuni elementi ci appaiono prioritari e tra questi in primo luogo l'accettazione della diversità come valore positivo e creativo, la centralità del ruolo delle tecnologie per realizzare servizi più efficaci e capillari e creare condizioni di collaborazione tra diverse tipologie di *stakeholder*, l'adozione della filosofia del Web 2.0 come metodo di vita, di amministrazione e di governo per favorire la partecipazione e la cittadinanza attiva⁵.

"In ambito partecipativo si fa spesso riferimento alle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT), che possono favorire la partecipazione dei cittadini alla vita democratica. Si possono suddividere in:

a) tecnologie per l'informazione, come spazi virtuali pubblici e newsletter;

- b) tecnologie per il dialogo, come chat, forum, mailbox, blog;
- c) tecnologie per la consultazione, come voto elettronico e sondaggi on line.”⁶

Su questi elementi si fonda la società della condivisione e della conoscenza nella prospettiva di un'economia della conoscenza fondata sull'intelligenza collettiva e connettiva. Condizione irrinunciabile in tale prospettiva è l'applicazione estensiva del concetto di *openness* e di *community* che lo sottende. Le *community* infatti nascono intorno a un obiettivo o a un progetto comune ma si sviluppano e crescono soprattutto per la capacità dei loro membri di collaborare e condividere conoscenza coinvolgendo tutti gli attori in campo in un nuovo ecosistema partecipativo.

Openness oggi significa non soltanto *Open Government* ma anche *Open Data*⁷, *Open Access*⁸, *Open Source*⁹, *Open Innovation*¹⁰ e ogni altra modalità di condivisione e di collaborazione che rinunci all'esercizio di un atteggiamento proprietario sulla conoscenza e garantisca sostenibilità anche sostituendo la perniciosa “Not Invented Here syndrome” (NIH) con il più corretto slogan “Proudly Found Elsewhere” (PFE)¹¹.

Prospettive per l'Italia: cultura digitale e cittadinanza attiva

Proprio nell'ottica “PFE” diventa pertanto essenziale guardare positivamente alle esperienze altrui e imparare ad adottare e riusare soluzioni che hanno già dimostrato la loro validità in contesti non necessariamente identici ma spesso confrontabili con le realtà in cui si vuole intervenire.

La pratica del “riuso”¹² può essere un buon punto di partenza per definire progetti di *Smart City* per le città italiane che sappiano sfruttare esperienze e buone pratiche particolarmente importanti come quelle, citate in questa sede, di S. Francisco e Barcellona oppure, se pur per problematiche più specifiche (*Smart Tourism*), quelle di Lecce e Torino seguendo anche il “tragitto ideale” segnalato dall'Osservatorio Nazionale *Smart City* dell'ANCI:

- a) analisi del territorio;
- b) mappatura dei soggetti attivi;
- c) coinvolgimento della cittadinanza e degli stakeholder;
- d) organizzazione delle competenze;
- e) governance del cambiamento;
- f) finanziamento della Smart City;
- g) misurazione dei risultati e monitoraggio.

Appare evidente che la cittadinanza attiva è alla base del successo della progettazione di una Smart City e a sua volta è fondata su un elemento basilare per un territorio davvero *smart*, così come puntualmente definito dalle Linee guida (Maggio 2014)¹³ dell’Agenzia per l’Italia Digitale nell’ambito del “Programma nazionale per la cultura, la formazione e le competenze digitali”¹⁴ ovvero sullo sviluppo della cultura e delle competenze digitali per una società digitale semplice, consapevole, inclusiva, competitiva, sostenibile, sicura e per garantire la cosiddetta “consapevolezza digitale”, cioè sulla la capacità delle persone di utilizzare le tecnologie digitali in modo funzionale rispetto alle proprie esigenze e ai propri obiettivi.

Note

- 1 http://archivio.digitpa.gov.it/sites/default/files/ArchSC_v2.0.pdf.
- 2 <http://www.interlex.it/testi/rappegov.htm> .
- 3 http://www.whitehouse.gov/the_press_office/TransparencyandOpenGovernment .
- 4 <http://centrostudi.crumbria.it/dizionario/open-government>.
- 5 <http://centrostudi.crumbria.it/dizionario/cittadinanza-attiva>.
- 6 <http://centrostudi.crumbria.it/dizionario/tecnologie>.
- 7 Codice dell'Amministrazione Digitale D. Lgs. 7 Marzo 2005 n. 82 e successive mod. Art. 52 "Accesso telematico e riutilizzo dei dati delle Pubbliche Amministrazioni".
- 8 <http://www.budapestopenaccessinitiative.org>.
- 9 <http://opensource.org/osd-annotated> .
- 10 Henry Chesbrough, *Open Innovation: The New Imperative* (2003).
- 11 <http://hbswk.hbs.edu/archive/5258.html>.
- 12 Come anche definita all'articolo 69 del Codice dell'Amministrazione Digitale.
- 13 http://www.agid.gov.it/sites/default/files/linee_guida/linee_guida.pdf.
- 14 <http://www.agid.gov.it/competenze-digitali/programma-nazionale-competenze-digitali>.

Riferimenti delle opere citate nel testo e bibliografia d'interesse

ARENA GREGORIO, 2006, *Cittadini attivi*, Laterza.

BETWEEN, 2014, *Smart City Index, Confrontarsi per diventare smart*, Seconda edizione.

CHESBROUGH HENRY, 2003, *Open Innovation: The New Imperative*, Harvard Business School Press.

CITTALIA, 2011, *Smart cities nel mondo*, Cittalia Fondazione ANCI Ricerche.

COMUNELLO FRANCESCA, 2010, *Networked sociability: riflessioni e analisi sulle relazioni sociali (anche) mediate dalle tecnologie*, Guerini scientifica.

DE TOFFOL FABIOLA, VALASTRO ALESSANDRA, 2012, *Dizionario di Democrazia Partecipativa*, Centro studi giuridici e politici della Regione Umbria.

FORUM PA, 2013, *ICity Rate. La classifica delle città intelligenti italiane*, Seconda edizione Forum PA.

GIFFINGER RUDOLF, FERTNER CHRISTIAN, KRAMAR HANS, KALASEK ROBERT, PICHLER-MILANOVIĆ NATASHA, MEIJERS EVERT, 2007, *Smart Cities: Ranking of European Medium-Sized Cities*. Centre of Regional Science at the Vienna University of Technology, Department of Geography at University of Ljubljana and the OTB Research Institute for Housing, Urban and Mobility Studies at the Delft University of Technology.

GRANELLI ANDREA, 2012, *Città intelligenti? Per una via italiana alle Smart Cities*, Luca Sossella Editore.

OSSERVATORIO NAZIONALE SMART CITY, 2013, *Vademecum per la città intelligente*, Forum PA.

RATTI CARLO, 2014, *Smart city, smart citizen*, Egea.

TESTA PAOLO, DOMINICI GIANNI, PIERSANTI VALENTINA, SAVINI MAURO, FILIPPI ELISA, BOVE ELEONORA, DEL LUNGO TOMMASO, 2014, *Vademecum per la città intelligente*, Forum PA.

Referaggio dei contenuti

Comunicazionepuntodoc adotta una politica di referaggio "doppio-cieco" (double-blind). Inoltre, i contributi di autori riferibili alla Sapienza Università di Roma sono sottoposti a referee anonimi appartenenti ad altri Atenei.

La doppia mission di *Comunicazionepuntodoc* si realizza:

- attraverso il continuo confronto scientifico e critico tra dottorandi, dottori di ricerca e giovani ricercatori da una parte, ed importanti esponenti delle Scienze Sociali e dei *professionisti dello spazio pubblico* dall'altra;
- grazie alla diffusione della conoscenza resa possibile dall'invio di contributi da parte di dottorandi, dottori di ricerca e giovani ricercatori impegnati a livello nazionale e internazionale nella ricerca nel campo delle Scienze Sociali.

Per inviare contributi e proposte:

comunicazionepuntodoc@uniroma1.it

Comunicazione puntodoc

è la Rivista semestrale della Scuola di Dottorato *Mediatrends. Storia, Politica, Società* della Sapienza Università di Roma.

Registrazione presso il Tribunale di Milano
n. 134 del 20-03-2009

- Un singolo numero Euro 12,00
- Abbonamento annuale Euro 20,00
(Spedizione gratuita)
- Abbonamento 4 numeri Euro 30,00
(Spedizione gratuita)

Per abbonarsi online

www.faustolupettieditore.it

Per abbonarsi Banco Posta

c.c postale n.92525948

Intestato a Logo Fausto Lupetti Editore

Responsabile abbonamenti

danielelupetti@fastwebnet.it

Telefono 0039 02 36536238

L'editore garantisce il trattamento dei dati personali forniti dagli abbonati nel rispetto e a tutela della riservatezza a norma della legge 675/96 e dell'art.13 del D.lgs 196/2003