

Rassegna del 17/12/2018

Repubblica Affari&Finanza	32	L'analisi - App e realtà virtuale spingono l'e-commerce	Jadeluca Paola	1
Repubblica Affari&Finanza	21	Market Place - Tencent va le altre chissà	Zampaglione Arturo	2
Repubblica Affari&Finanza	54	Rapporti imprese - E-commerce, il pacco va veloce così il boom trasforma la logistica	Frollà Andrea	3
L'Economia del Corriere del Mezzogiorno	10	Industria 4,0, apre il Pid Med per le imprese	S.A.	5
L'Economia del Corriere della Sera	52	Dai pagamenti al modello F24: la piattaforma gioca a tutto campo	Ba.Mill.	6
Sole 24 Ore	5	La blockchain è ancora in cerca di un passaporto giuridico - La blockchain cerca il passaporto legale	Aquaro Dario	7
Italia Oggi Sette	13	Impresa - Conti correnti e polizze a portata di click: sono 11 milioni gli utenti che utilizzano servizi digitali. La fotografia dell'Osservatorio Polimi - C/c e polizze a portata di click	Barresi Francesco	10
Giorno-Carlino-Nazione Economia&Lavoro	8	Confesercenti. Le botteghe sbarcano sul web	...	12
Repubblica Affari&Finanza	31	Aziende Fintech, il 20% assumerà fino a 50 persone	Dell'Olio Luigi	13
Giornale Miaeconomia	20	Cellulari super-veloci e la casa sempre in Rete Ecco la rivoluzione 5G	Camera Maddalena	15
Sole 24 Ore Scenari	13	Wi-fi, una rete veloce ed efficiente fidelizza i clienti	...	17
Repubblica Affari&Finanza	6	Intelligenza artificiale ecco il codice Ue - Intelligenza Artificiale, 8 divieti e 1,5 miliardi: ecco il codice Ue	D'Argenio Alberto	18
Repubblica Affari&Finanza	18	Intervista a Yang Yuanqing - Lenovo: "Non più solo pc la sfida per noi si chiama IA"	Santelli Filippo	21
L'Economia del Corriere della Sera	27	Dati sotto chiave se il motore è alternativo	Sottocorona Chiara	23
L'Economia del Corriere della Sera	38	Industria 4.0 Alla Siemens Italia lo spread è a zero	Righi Stefano	25
Repubblica Affari&Finanza	16	Villaggio globale - La Silicon Valley di Provenza, 2.500 società e 6 miliardi di fatturato - La Silicon valley di Provenza che vale quasi sei miliardi	Frollà Andrea	27
Repubblica Affari&Finanza	29	Pixel - Reddito universale la speranza è nei robot	D'Alessandro Jaime	29
L'Economia del Corriere della Sera	24	Civiltà digitale C'è un lato oscuro La politica? Fa fatica	Ghidini Gustavo - Manca Daniele	30
Sole 24 Ore Scenari	6	FD Automazioni Nuove tecnologie per l'industria digitale	...	32
L'Economia del Corriere della Sera	25	Strategia Nintendo moltiplicarsi per vincere	Cella Federico	34
Messaggero	4	Web tax, 500 milioni di maggior gettito da Netflix e Spotify - Ipotesi web tax da 500 milioni colpirà anche Netflix e Spotify	A.Bas	36
Repubblica Affari&Finanza	31	Poltrone in gioco - Mastropaolo da Vodafone a Fastweb	Di Palma Sibilla	37
Repubblica Affari&Finanza	7	Affari in piazza - Novari vende Softyou ai soci di Ambromobiliare	Giacobino Andrea	38

L'analisi

PAOLA JADELUCA

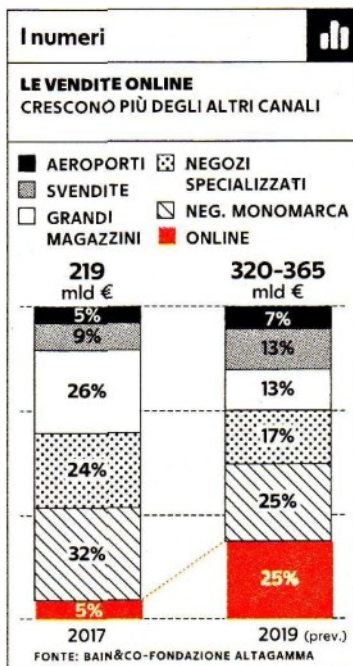


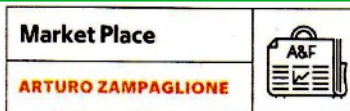
App e realtà virtuale spingono l'e-commerce

Realtà virtuale e realtà aumentata, il futuro dell'e-commerce passa attraverso questa frontiera. «Consentono di ridurre il tasso di resa e il costo della logistica inversa», spiega Lara Pellini, Analista degli investimenti di Capital Group, che ha realizzato un report sui millennial e il futuro del retail. «Una scarsa uniformità delle taglie, unita all'impossibilità di vedere l'effetto di uno stile o di un taglio particolare una volta indossato – racconta Pellini – spingono i consumatori a ordinare più capi di abbigliamento in taglie o colori diversi da provare a casa per poi rendere quelli che non vanno bene». La maggior parte dei siti offre la restituzione gratuita e questo è un invito a provare, provare, provare. Il risultato? In

Germania, dove gli acquisti a catalogo da casa hanno una tradizione consolidata, il tasso di resi raggiunge il 60%. In Cina, dove l'e-commerce è in pieno boom e online si compra di tutto, dati sui resi non sono reperibili, ma è probabile che siano elevatissimi. «Ecco che app sofisticate che, via smartphone, prendono le misure della persona e consentono di fare simulazioni di come un capo potrebbe calzare – spiega Pellini – hanno un potenziale di incremento della qualità della customer experience, oltre che a ridurre i costi di logistica». App innovative stanno facendo il loro ingresso anche negli store fisici ma digitalizzati, inaugurati da alcune insegne, come Zara a Milano e lo store di Cremona della cugina Bershka. p.jadeluca@repubblica.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Tencent va le altre chissà

Pericolo scampato. Wall Street esulta dopo lo sbarco in Borsa di Tencent music entertainment (Tme), leader cinese della musica in streaming con 800 milioni di utenti e diretto concorrente degli svedesi di Spotify. L'Ipo (Initial public offering) di Tencent music rischiava di essere un disastro. L'operazione era stata già rimandata di due mesi per le condizioni traballanti dei mercati finanziari, ma la settimana scorsa, anche se il prezzo di collocamento di 13 dollari era stato fissato ai minimi della forchetta ipotizzata, la reazione è stata positiva: nel primo giorno di contrattazioni il titolo ha chiuso a 14 dollari, proiettando la capitalizzazione di Borsa a quota 21,8 miliardi di dollari, non molto distante da quella di Fiat-Chrysler (25,1 miliardi).

Il relativo successo di Cussion Pang, chief executive di Tencent music, non è stato sufficiente a diradare le preoccupazioni su tante altre società che puntano a quotarsi a Wall Street nel 2019. Tra queste, molti "unicorni", come vengono soprannominate le start-up che valgono più di un miliardo di dollari: a cominciare da Uber e dalla rivale Lyft, che hanno appena avviato l'iter per il collocamento di azioni al pubblico.

Intendiamoci: a dispetto del deludente andamento degli indici azionari, specie in questa fase autunnale, il 2018 si è rivelato ottimo per le Ipo sul mercato americano. È stato l'anno migliore degli ultimi quattro. In tutto ci sono stati 208 sbarchi a Wall Street, compreso quello di Dropbox, con un incasso

complessivo di 52,7 miliardi di dollari. Eppure investitori e fondi non sembrano avere più tanto "appetito", non solo per le incognite sulla recessione ma anche, di recente, per alcune brutte sorprese. Un esempio? Moderna. È una società di biotecnologie fondata nel 2010 a Cambridge, Massachusetts, che punta a sviluppare una nuova generazione di farmaci e vaccini, partendo dalla struttura cellulare umana per combattere o prevenire le malattie. In teoria tutti sembravano entusiasti per le prospettive finanziarie, ma nel primo giorno di contrattazioni le quotazioni sono crollate del 19 per cento. Potrebbe succedere lo stesso anche con Uber, Lyft e gli altri "unicorni" che sognano Wall Street, tra cui Airbnb, Slack, Palantir, Pinterest e WeWork?

Sono tutti colossi: basta pensare che l'anno scorso, nell'ultimo round di finanziamenti privati, Uber è stata valutata 76 miliardi di dollari e che, per l'Ipo, si è parlato persino di 120 miliardi. Certo, in appena 8 anni è arrivata a controllare il 60 per cento del business, con 15 milioni di corse al giorno, 75 milioni di utenti, 3 milioni di conducenti affiliati. Lyft vale molto meno, circa 15 miliardi di dollari, ma, vivendo all'ombra di Uber, cresce a un ritmo di tre volte più rapido della grande rivale ed è riuscita finora ad evitare scandali e polemiche. Ma tutto questo non è affatto una garanzia perché i nuovi sbarchi a Wall Street nel 2019 avvengano senza incidenti né brutte sorprese: come si è temuto la settimana scorsa con Tencent music.

a.zampaglione@repubblica.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il trend

E-commerce, il pacco va veloce così il boom trasforma la logistica

Rapporti imprese

ANDREA FROLLÀ, MILANO

Non più un unico grande magazzino ma una rete diffusa di impianti per rispondere all'exploit delle vendite online e alle esigenze dei clienti che pretendono consegne rapide

Le esigenze crescenti dei consumatori, la pressione dell'e-commerce, i picchi del Black Friday e di altri eventi, la corsa alle tecnologie 4.0 e l'aumento della competizione. È sufficiente scorrere questa lista per rendersi conto di quanto l'era digitale stia stressando il mercato della logistica.

A misurare la temperatura della logistica italiana è l'ultimo rapporto elaborato da Adacta, realtà professionale specializzata in consulenza fiscale, legale e nel supporto al top management, da cui emergono diversi trend meritevoli di approfondimento. Il più evidente è senza dubbio la crescita delle aspettative dei consumatori offline e online, che si sta facendo sentire su più fronti. Chi acquista chiede innanzitutto consegne più rapide, come dimostra la domanda crescente di ordini evasi e consegnati entro 24/48 ore dall'acquisto. Se il problema fosse solo questo, sarebbe tutto più facile ma c'è dell'altro. Non solo pretendiamo rapidità, ma sempre più spesso compriamo pezzi singoli e articoli eterogenei. Tutto ciò rende difficile la previsione della domanda e l'organizzazione dei magazzini, facendo lievitare i costi della gestione logistica che, stima Adacta, nell'ultimo anno sono aumentati del 9%. Una dinamica su cui sta incidendo pesantemente il boom dell'e-commerce.

Risulta infatti impossibile parlare di logistica senza chiamare in causa l'ascesa inarrestabile delle vendite online, trainate soprattutto dall'attività dei grandi portali. E

senza mettere in evidenza i casi recenti delle manifestazioni di shopping sfrenato, connesse ad eventi ad hoc sempre più attesi. Si pensi alla "Giornata dei single" festeggiata in Cina ogni 11 novembre, che quest'anno ha visto Alibaba frantumare ogni record con oltre 30 miliardi di dollari fatturati in una giornata. O all'ennesimo record battuto da Amazon durante il Black Friday, evento importato dagli Stati Uniti la cui progressiva estensione temporale (in principio durava 24 ore, ora dura una settimana) rappresenta un emblema della crescita irrefrenabile del commercio online. Un'espansione che il mondo della logistica sta necessariamente affrontando, anche facendo leva sull'innovazione digitale: nei prossimi cinque anni, prevede Adacta, gli investimenti degli operatori italiani sulle tecnologie di gestione del magazzino, analisi dei dati, lettura dei codici a barre e sicurezza cresceranno tra il 20 e il 40%.

Oltre ad aumentare la competizione tra gli operatori, la trasformazione 4.0 della logistica favorirà un cambio di approccio non indifferente nell'organizzazione: si passerà dalla centralizzazione alla decentralizzazione, cioè da un unico grande magazzino a un sistema di magazzini diffusi. E anche su questo fronte la tecnologia potrà dare un contributo, specialmente in un'ottica di integrazione e interconnessione di sistemi, depositi, stock e operatori differenti. Il trend digitale non riguarderà comunque solo il nostro Paese. Secondo le stime di Markets&Markets, nei prossimi anni il mercato del-

la logistica "connessa" conoscerà un vero e proprio boom a livello globale: dai 10 miliardi di dollari registrati nel 2016 si arriverà agli oltre 40 miliardi previsti per il 2021, con un tasso medio di aumento annuale del 33%. Resta però ancora tutto da decifrare l'impatto di questa corsa tecnologica sull'occupazione nel settore logistico. Che solo in Italia, calcola l'Istat, impiega oltre 230mila persone tra addetti alla gestione dei depositi e professionisti assimilate.

«I magazzini tradizionali faticano a rispondere ai cambiamenti, anche a livello di costi. Laddove il basso costo degli scaffali e la flessibilità nell'impiego dei lavoratori erano dei vantaggi, oggi si scontano tempi poco sostenibili, alto rischio di errori e costi di struttura crescenti», spiega Marcello Vergano, responsabile automazione di Ferretto Group, azienda da 85 milioni di euro di fatturato che progetta e realizza strutture di stoccaggio e movimentazione interna. «Pensiamo alle crescenti esigenze di spazio e ai costi di illuminazione e riscaldamento, che possono essere ottimizzati con l'automazione. E al vantaggio ulteriore di poter connettere i diversi sistemi per miglio-



rare la gestione, sfruttando l'analisi dei dati, e di abbattere i rischi per la sicurezza dei lavoratori – sottolinea il manager della realtà veneta, recentemente riscattata dalla famiglia Ferretto ricomprando il 40% ceduto nel 2015 al colosso cinese Dong Fang Precision Science – «Ciò impone di modificare anche la pianificazione aziendale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

+9%

COSTI LOGISTICA

Seconda Adacta i costi della gestione logistica nell'ultimo anno sono aumentati del 9%

+40%

GLI INVESTIMENTI

In 5 anni gli investimenti nella logistica saliranno tra il 20% (minimo) e il 40%

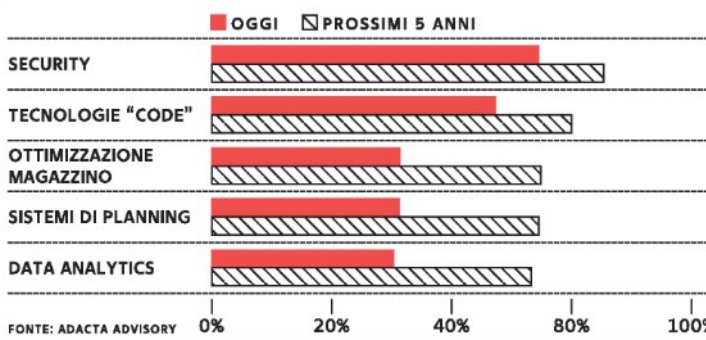
Il personaggio



Paolo Masotti
responsabile Area management consulting di Adacta

I numeri

GLI INVESTIMENTI IT NELLO SVILUPPO DELLA LOGISTICA



1 Magazzino e trasporti, la logistica cambia pelle

A CASERTA E SALERNO**Industria 4,0,
apre il Pid Med
per le imprese****Il professore**

Gaetano Manfredi
è il rettore
dell'Università
Federico II
e presidente
della Conferenza
Italiana
dei Rettori



I Pid, punti di impresa digitale, sono sportelli che sostengono le piccole e medie imprese nell'ambito del piano Industria 4.0. A Salerno e Caserta, in Campania, è stato avviato il Pid Med, il primo punto impresa digitale a vocazione mediterranea. Il progetto è stato presentato a Salerno da due esperti di innovazione digitale, Alex Giordano e Derrick de Kerckhove, entrambi dell'Università Federico II di Napoli. È promosso dalle Camere di Commercio di Salerno e Caserta, in partnership con il programma Societing 4.0 della Federico II (ateneo guidato dal rettore Gaetano Manfredi) e il supporto di Unioncamere.

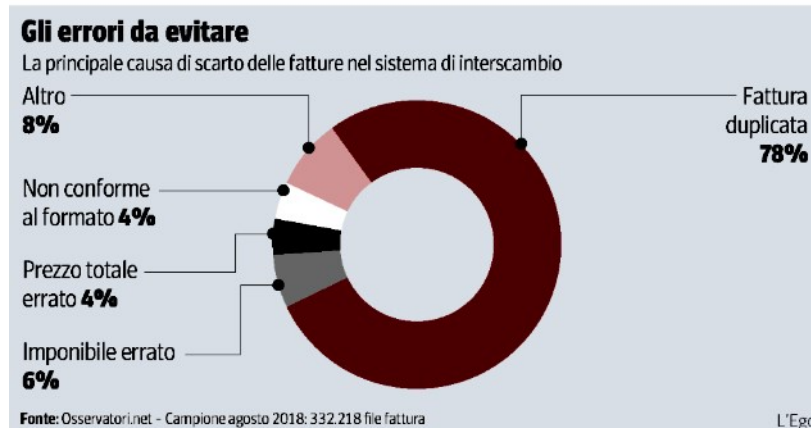
Di cosa si tratta? Il Pid Med è uno sportello che punta a sostenere, con soluzioni «su misura» micro, piccole e medie imprese italiane, per aprire loro le porte della quarta rivoluzione industriale, ossia dell'Industria 4.0 (lanciata dal Ministero per lo Sviluppo Economico), basata sull'uso dei Big Data e macchine interconnesse grazie all'internet delle cose. I primi due prototipi, come detto, saranno avviati a Salerno e Caserta, ma l'obiettivo è estendere il modello a tutto il territorio nazionale. Alex Giordano, direttore scientifico del programma Societing 4.0, spiega: «Abbiamo invertito il meccanismo usato finora per il sostegno alla trasformazione 4.0 per le piccole e micro imprese. Il nostro approccio è quello di un dialogo: andiamo ad ascoltare le imprese, cerchiamo di capire quali problemi possano avere, e poi identifichiamo quali tecnologie possano essere utili e spieghiamo loro come possano implementarle. Un lavoro "sartoriale", su misura per le esigenze del singolo, per accedere ai finanziamenti e in tutte le procedure burocratiche».

S. A.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Servizi



Dai pagamenti al modello F24: la piattaforma gioca a tutto campo

Non solo fatture elettroniche ma anche il libro giornale, verbali di assemblee, registri Iva, modelli F24, registro dei corrispettivi, e molte altre tipologie di documenti fiscalmente rilevanti. La piattaforma online di fatturazione digitale di Banco Bpm oltre ad essere sempre aggiornata con le ultime normative, consente alle aziende di avere una visione immediata delle fatture inviate e ricevute e di avere sempre sotto controllo l'intero ciclo di fatturazione.

La gestione viene svolta interamente dalla banca con avanzati sistemi di controllo e sicurezza grazie ad un team di specialisti e una rete di 1.800 filiali sul territorio. Il tutto in un'ottica green, eliminando polverosi archivi cartacei.

La gestione dell'intero ciclo di fatturazione diventa ancora più semplice ed efficace grazie all'integrazione completa con i sistemi di incasso e pagamento offerti dalla banca. Ma la

vera innovazione del sistema di pagamento digitale di Banco Bpm è che permette la gestione della ricezione delle fatture elettroniche attraverso un unico codice cliente che identifica sul sistema Sdi il cliente stesso. Questo consente di importare fatture anche attraverso file esterni, qualora il cliente utilizzi gestionali e applicativi diversi da quello della banca. In questo modo, la soluzione è in grado di dialogare con tutti i sistemi. Per questo è ideale per associazioni e studi commercialisti. Il sistema consente anche l'archivio e la conservazione dei documenti di pagamento.

E, in caso di criticità, come mancanza connessione dati, guasto del sistema, manutenzione o riparazione, il sistema funziona senza comportare sospensioni temporanee o ritardi nello svolgimento del servizio.

Ba.Mill.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



TECNOLOGIA E LEGGE

La blockchain è ancora in cerca di un passaporto giuridico

La validità giuridica della blockchain, inizialmente prevista nello schema del decreto legge Semplificazioni, è stata sfilata dal testo approvato la scorsa settimana (Dl 135/2018). La norma, che potrà essere "recuperata" più avanti, conteneva la definizione delle

tecnologie basate su registri condivisi e precisava gli effetti giuridici della marca temporale (*timestamp*) delle transazioni. Ma la tecnologia della "catena dei blocchi" richiede una riflessione sul quadro giuridico e normativo in generale.

Aquaro e Capaccioli — a pagina 5

La blockchain cerca il passaporto legale

Smart contract, identità digitale certa, criptovalute: occorre dare uno status giuridico qualificato ai «registri condivisi», ma per ora si è perso il treno del Dl semplificazioni

L'Italia ha aderito a fine settembre alla recente

European blockchain partnership lanciata dalla Ue

Malta ha approvato circa un mese fa tre provvedi-

menti per creare un centro di attrazione «dedicato»

Tecnologie e legge

Dario Aquaro

La validità giuridica della blockchain, inizialmente prevista nello schema del Dl Semplificazioni, è stata spinta più in là. Sfilata dal decreto approvato la scorsa settimana dal Governo, se non verrà recuperata nel percorso parlamentare del provvedimento, o a sorpresa nella legge di Bilancio, potrà rientrare con il Ddl delega per ulteriori semplificazioni, riassetto normativi e codificazioni di settore.

La norma saltata conteneva la definizione delle tecnologie basate su registri condivisi (*distributed ledger technology*, Dlt), di cui fa parte anche la "catena dei blocchi". E precisava che la condivisione di un documento informatico via Dlt «produce gli effetti giuridici della validazione temporale elettronica» ex articolo 41 del Regolamento Ue 910/2014: una validazione "semplice", che rende giuridicamente certa la data e l'ora dei dati in forma elettronica (il *timestamp*, la marca temporale della transazione) e garantisce «l'ammissibilità come prova in procedimenti giudiziari».

Ma al di là delle definizioni e dell'accenno a uno "status", la tecnologia della blockchain – nelle sue diverse forme (aperta o chiusa, privata o pubblica) – richiede un approfondimento sul quadro giuridico e normativo generale, che tenga conto

dei vari modelli applicabili. «La norma espunta non era comunque dirompente – osserva Michele Nastro, presidente di Notartel, società informatica dei notai italiani –. Certo si trattava di un'apertura verso queste tecnologie, che però venivano inserite al livello più basso, non in quello della validazione "qualificata"». Per quest'ultima, infatti, le regole europee richiedono particolari requisiti, tra cui l'intervento di un «prestatore di servizi fiduciari qualificato», con importanti riflessi sul "peso" stesso della prova.

Gli esempi di Dlt richiamati nella relazione illustrativa allo schema di decreto spaziavano dalla gestione e archiviazione di documenti (passaporti, certificati anagrafici) o di registri (aziendali, personali, scolastici) alla riscossione delle imposte, dall'identità digitale agli *smart contract*. Mettendo così insieme applicazioni con diverse "valenze" e necessità probatorie: un conto è dimostrare la titolarità del diritto d'autore, un altro la cosiddetta "tokenizzazione" di un asset (come un immobile).

A fine settembre l'Italia, dove il ministero dello



Sviluppo economico ha organizzato dei tavoli di lavoro sulla “catena dei blocchi”, ha aderito all’European blockchain partnership che era stata lanciata dalla Commissione Ue ad aprile. Ma nella corsa che si sta aprendo tra le proposte dei singoli Stati (si veda l’articolo in basso) nasce anche l’esigenza di una riflessione interna *tout court* sulle regole tecniche. E in particolare sullo *smart contract*, «che rimane un atto giuridico-negoziale e non può non essere normato dallo Stato», come dice il notaio Nastri: anche se «l’intervento umano può essere sostituito solo in atti serializzati e dove l’eventuale esecuzione sbagliata sia gestibile con piccoli risarcimenti».

Dare valore legale “compiuto” ai registri distribuiti sarebbe un grande passo in avanti. «Occorre però chiarire, ad esempio, chi garantisce

la certezza del dato immesso, che diventa immutabile – spiega l’avvocato Stefano Loconte, esperto della materia –. La risposta può essere l’intervento di un ente certificatore terzo e indipendente, che a sua volta si avvalga di un modello decentralizzato». Una sorta di meta-blockchain come quella che, su più livelli, sta esplorando il Notariato, che si propone anche in un ruolo di garanzia per le reti pubbliche. «Per favorire e diffondere l’adozione dei servizi di notarizzazione su blockchain *permissionless*, che tuttora presentano dei limiti tecnici – commenta Leonardo Maria De Rossi, research fellow di Information system alla Sda Bocconi –, è però necessario innanzitutto definire uno standard di riferimento e attribuirgli validità legale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

COME FUNZIONA LA BLOCKCHAIN

La catena
Tecnologia di registri condivisi

- La blockchain è un database decentralizzato, strutturato in blocchi e distribuito in un network.
- La rete dei dispositivi interconnessi (nodi) forma un registro digitale condiviso (ledger), riprodotto su tutti i dispositivi-nodi

I blocchi
Sequenza di numeri certificata

- Ogni blocco è identificato da un hash (un numero composto da 256 bit), generato da un algoritmo sulla base delle regole del network
- Il blocco contiene l’instestazione, il riferimento all’hash del blocco precedente e un gruppo di transazioni

L’algoritmo
Validazione per poter fare l’aggiunta

- I blocchi devono essere validati per poter essere aggiunti alla catena (da ogni nodo)
- La validazione dei blocchi è fatta da miner (minatori) tramite complessi algoritmi matematici, per giungere alla certezza di immutabilità dei dati inseriti

La sicurezza
Rifiutati tutti i dati irregolari

- Ogni blocco validato, con marca temporale (timestamp), è aggregato agli altri in una catena lineare e aggiornata
- Se un hacker cerca di aggiungere un blocco contraffatto gli altri nodi della rete registrano le modifiche e rifiutano l’hash irregolare

LE POTENZIALI APPLICAZIONI (E I LIMITI)**1 IDENTITÀ DIGITALE**

Realizzare un sistema di identità digitale su blockchain significa consentire a una serie di soggetti autorizzati di agire da validatori dei documenti d'identità: non solo lo Stato (con Spid, anagrafe, eccetera), ma anche banche o assicurazioni. La categorizzazione di diverse tipologie di dati personali, inoltre, permette al

cittadino di conoscere sempre l'entità delle informazioni condivise con enti terzi e tracciarne i successivi utilizzi. Il sistema consente l'implementazione di servizi accessori come il voto digitale, garantendo trasparenza e sicurezza. Il principale limite sta nella mancanza di sistemi di riconoscimento biometrico completamente affidabili.

2 SERVIZI DI «NOTARIZZAZIONE»

Nelle blockchain pubbliche e aperte, all'interno di una micro-transazione si può salvare l'hash di un documento (l'impronta digitale crittografata, immutabile e trasparente). Chiunque può verificare che l'hash corrisponda al documento sottoposto alla marcatura temporale (o timestamping). Un tale servizio di notarizzazione può essere

usato nei registri centralizzati che richiedono elevati livelli di affidabilità e trasparenza (come il procurement della Pa). Tuttavia, il timestamping di per sé non garantisce la correttezza del documento: se l'auditing non avviene in real-time, è possibile inserire in seguito hash di documenti diversi ma salvati allo stesso tempo dell'originale.

3 SERVIZI BANCARI DECENTRALIZZATI

Le criptovalute abilitano due processi: l'invio e la ricezione di transazioni di unità di valore in maniera peer-to-peer fra gli utenti di uno stesso network. La diversa combinazione può dare vita a diverse soluzioni finanziarie: ad esempio, per le "rimesse" internazionali (spesso ignorate dal mondo bancario

tradizionale) e le piattaforme di prestito P2P (associando direttamente mutuatari e prestatori privati, con un sistema di credit scoring). I servizi realizzati finora hanno però patito le stesse limitazioni delle criptovalute su cui si basano, in termini di alta volatilità e mancanza di regolamentazione.

Schede a cura di **Leonardo Maria De Rossi** e **Nico Abbatemarco**, Sda Bocconi (School of management)

Impresa - Conti correnti e polizze a portata di click: sono 11 milioni gli utenti che utilizzano servizi digitali. La fotografia dell'Osservatorio Polimi

Barresi a pag. 13

Dall'Osservatorio digital innovation del PoliMi sul sistema di finanza e assicurazioni

C/c e polizze a portata di click

Sono 11 milioni gli utenti che usano i servizi digitali

Pagina a cura
DI FRANCESCO BARRESI

Il mondo della finanza e delle assicurazioni è diventato a portata di click. Sempre più digitali, personalizzabili e gestibili da mobile, questi due settori hanno superato il guado della burocrazia cartacea diventando sempre più smart. Lo conferma l'ultima ricerca dell'Osservatorio digital innovation del Politecnico di Milano, che ha rilevato come 11 milioni di italiani utilizzano il digitale nei settori della Fintech (tecnologia finanziaria) e Insurtech (tecnologia assicurativa) per servizi di mobile payment, gestione del budget personale e trasferimenti di denaro fra privati, con un alto livello di gradimento. Una fetta di popolazione che equivale al 25% fra i 18 e i 74 anni, in forte crescita rispetto a quanto registrato un anno fa (+54%), quando la percentuale si attestava sul 16%, secondo l'ultima indagine condotta dall'Osservatorio Fintech & Insurtech in collaborazione con Nielsen Italia. Secondo i dati dei ricercatori del Politecnico meneghino gli utenti internet utilizzano principalmente servizi di mobile payment (16%), per gestire il proprio budget personale o familiare (15%) o per trasferimenti istantanei di denaro tra privati (12%). La soddisfazione, a livello di customer experience, riguarda tutti i servizi disponibili: la possibilità di gestire i sinistri da smartphone registra un voto medio di 9,6 su 10, l'attivazione di assicurazione istantanee incassa un 8,9, e non di meno l'ac-

cesso a un finanziamento da smartphone o Pc che viene promosso a 8,9. Voti leggermente più tiepidi per social lending (7,6), crowdfunding e chatbot (entrambi a 7,7). Il successo della via digitale per i comparti Fintech e Insurtech rivela un sentimento positivo, perché nonostante tutto i clienti italiani continuano a nutrire fiducia negli istituti finanziari, che raccolgono le preferenze del 73% degli utenti per i finanziamenti e del 65% per la gestione del risparmio. Una fiducia destinata a durare, come evidenzia il 73% che ha intenzione di affidarsi per un finanziamento agli istituti finanziari anche in futuro, in aumento rispetto alle altre categorie (produttori di smartphone e tablet, siti di eCommerce, Ott, catene di supermercati, operatori di telefonia, associazioni di categoria, start-up) che mostrano fiducia stabile o in calo. I giovani sono meno affezionati della media agli istituti finanziari (il 65% si affiderebbe a loro in futuro) e più interessati alle assicurazioni (25%, contro l'11% del campione complessivo). Ma se il privato sembra lodare le funzionalità digitali per accedere a questi servizi non di meno sono le piccole e medie imprese: gli studiosi del Politecnico infatti rilevano come il 55% delle Pmi interagisce già con gli istituti finanziari tramite un'applicazione per smartphone, il 92% lo fa tramite desktop, anche se nel settore delle coperture assicurative rimangono sulla vita maestra delle modalità tradizionali: solo il 15% infatti ha comprato una copertura online in to-

tale autonomia, ma l'80% potrebbe già gestire tutti i servizi assicurativi di base con sistemi digitali. In media solo il 5% ha già utilizzato metodi di finanziamento alternativi come minibond, p2p lending, crowdfunding e soluzioni di supply chain finance. La vivacità di questa trasformazione digitale lo si vede a livello di iniziative imprenditoriali: solo quest'anno sono state registrate ben 1.210 start-up di tipo Fintech & Insurtech che, a livello globale, hanno raccolto circa 1 milione di dollari di finanziamento, un dato in forte aumento (+66%) se paragonato a due anni fa. Queste micro-realtà infatti hanno raccolto capitali per 43,7 miliardi di dollari, contro i 25,7 del 2017 (+70%), e con le start-up cinesi, indiane e australiane che crescono rispettivamente del 233%, del 184% e del 227% nella raccolta di investimenti, a discapito di quelle americane che accusano -11%. Un numero importante e sempre maggiore di start-up (circa il 24%) ha come obiettivo la collaborazione con assicurazioni e banche, dove quest'ultime hanno accolto l'importanza delle tecnologie blockchain e distributed Ledger. Basti pensare al solo dato che ben 275 servizi basati su queste tecnologie (di cui 40% an-



nunci) sono stati promossi da istituti finanziari, in tutto il mondo, solo negli ultimi 3 anni. E se gli utenti italiani affiderebbero principalmente a banche e operatori postali i loro risparmi (65% e 56%), cresce chi si affiderebbe alle start-up (12%), dove sono già oltre 140 i robo advisor censiti a livello mondiale, piattaforme di investimento automatizzate. «Il digitale sta rivoluzionando l'ecosistema finanziario italiano», spiega Marco Giorgino, Responsabile scientifico dell'Osservatorio Fintech & Insurtech, «favorendo la nascita di attori innovativi, facendo emergere nuove esigenze della clientela e nuove forme di relazione tra utenti, imprese, istituti finanziari e assicurativi. Resta la fiducia negli attori tradizionali: la maggioranza degli italiani si rivolgerebbe a banche (65%) e operatori postali (56%) per affidare i propri risparmi, con tuttavia una differenza generazionale. Nel caso dei giovani di età compresa tra 16 e 24 anni», continua il professor Giorgino, «le preferenze sono il 53% e il 52% mentre il 67% e 59% nel caso degli over 55. Ma cresce il numero di coloro che hanno provato almeno un servizio Fintech o Insurtech e, soprattutto fra i più giovani, di coloro che si affidano anche ad altri attori oltre a banche e assicurazioni. L'ecosistema finanziario deve accelerare il processo di trasformazione digitale per non farsi trovare impreparato», conclude Giorgino, «è necessario approfittare delle opportunità offerte da nuove tecnologie come la blockchain o le piattaforme di Robo Advisor, per proporre nuovi servizi di valore. Banche e assicurazioni possono rispondere alle sfide della trasformazione digitale mettendo l'innovazione al centro delle strategie e puntando sulla costante collaborazione con altri attori».

—© Riproduzione riservata—

I dati della ricerca

11 milioni di italiani accedono a servizi Fintech e Insurtech con il digitale

Il 55% delle Pmi usa App mobile per interagire con gli istituti finanziari

1.210 startup Fintech e Insurtech nate nel mondo

43,7 miliardi di investimenti raccolte dalle startup Fintech e Insurtech

L'80% delle Pmi in Italia gestisce i servizi Fintech e Insurtech via digitale

Attivi 275 servizi Blockchain e Distributed Ledger di istituti finanziari

Start-up in corsia di sorpasso

Le start-up conquistano il mercato della Fintech e della Insurtech e attirano miliardi di dollari di finanziamenti. Il rapporto dell'Osservatorio del Politecnico di Milano evidenzia una crescita esponenziale di queste micro realtà imprenditoriali che, nonostante la loro nascita, riescono a gareggiare e a concorrere con i servizi di banche e assicurazioni. Rispetto a due anni fa, sottolineano i ricercatori, il numero di start-up infatti è aumentato del 66% con un aumento del 70% dei finanziamenti ottenuti su progetti innovativi. Gli Usa rimangono i principali catalizzatori per attirare campagne di raccolta fondi delle start-up residenti (13,9 miliardi di dollari), seguiti dalla Cina che arriva 13,4 miliardi di dollari. Ma è proprio la Cina che registra il tasso più alto di crescita di start-up in questo settore, perché secondo i dati rilevati il boom cinese ammonta a un +233%, classificandosi come l'area più significativa con l'area del Far East. Basti pensare infatti che tra le top 5 start-up al mondo ben 4 sono cinesi. Un esempio concreto è Ant Financial del gruppo Alibaba, nota come la prima start-up per finanziamenti ricevuti (4,5 miliardi di dollari), che ha recentemente chiuso un ulteriore round di finanziamento da 14 miliardi di dollari. Nel resto del mondo tra le start-up che hanno superato il miliardo di banconote verdi è il Regno Unito, con 5,1 miliardi di dollari, registrando un lusinghiero +163% rispetto a due anni fa; dopo è il turno dell'Australia e dell'India, con 1,2 mi-

liardi di dollari registrando crescite da capogiro (+227% la prima, +184% la seconda). In Italia invece la situazione è abbastanza tiepida: solo 8 le start-up italiane che hanno superato la soglia del milione di dollari di finanziamenti ricevuti (due anni fa erano 2), per un totale di 44 milioni di dollari, più del doppio rispetto ai 20 milioni di dollari di due anni fa. I servizi maggiormente offerti sono quelli bancari: il 51% di queste start-up infatti occupa stabilmente questo settore. Le start-up Insurtech sono però quelle che, per numerosità, crescono di più (+174% rispetto a due anni fa). Un numero importante e sempre maggiore di start-up (24%) si pone come obiettivo la collaborazione con banche e assicurazioni, nonostante però la maggior parte (76%) si proponga ancora in diretta competizione con attori e partner tradizionali. La categoria più numerosa, che comprende il 51% delle start-up, è quella che offre servizi di Banking (Bank Account, Payment e Lending & Financing), seguita dalla categoria Investment Service (Asset Management, Capital Market, Financial Advising e Alternative Investment) al 23%, con il 17% gli Other Service (Marketing, Big Data Analytics, Security, Regulation & Compliance, Infrastructure Provider, Accounting/HR, Other) e con il 9% gli Insurance Service (Scouting e Providing). Quest'ultima categoria è però quella che in percentuale cresce maggiormente (+174%), arrivando a contare complessivamente 107 start-up.

Confesercenti Le botteghe sbarcano sul web

■ ROMA

NON SOLO e-commerce. Anche i tradizionali negozi di vicinato possono beneficiare del web: con la corretta formazione e utilizzando efficacemente gli strumenti digitali, la rete retail fisica dei piccoli negozi può recuperare grazie a internet 1,5 miliardi di euro di vendite in tre anni. A stimarlo è l'Ufficio Economico Confesercenti in occasione di 'La bottega nel futuro', un progetto lanciato da Confesercenti in collaborazione con Google Italia per accelerare la diffusione e l'uso dell'innovazione nel commercio retail fisico italiano. L'accordo con Google Italia costituisce la prima fase del processo. Dallo scorso 13 dicembre, oltre 20mila imprenditori possono iscrivere la propria impresa al servizio Google My Business. L'obiettivo è far dialogare meglio le due reti, il web e la rete dei negozi: l'iscrizione a Google My Business, infatti, contribuirà alla visibilità online dei negozi tradizionali, segnalandone la posizione sulle mappe digitali e facendoli interfacciare anche con gli assistenti intelligenti come il Google Assistant.



«**PER LE PMI** la digitalizzazione rappresenta una grossa opportunità anche per allargare il bacino di domanda e cogliere occasioni di sviluppo ulteriore sui diversi mercati – spiega Patrizia De Luise (**nella foto**), presidente di Confesercenti – Le nuove tecnologie, infatti, hanno il grande pregio di abbattere distanze e barriere commerciali, allargando gli orizzonti anche a mercati altrimenti difficili da raggiungere. E possono permettere al modello delle botteghe di funzionare al meglio».



Lo studio

Aziende Fintech, il 20% assumerà fino a 50 persone

LUIGI DELL'OLIO, MILANO

Il boom del settore porta posti di lavoro: secondo un sondaggio fra i top manager due imprese su tre pronte ad aumentare gli organici. Le qualifiche più ricercate

Profilo tecnici come programmatori e sviluppatori, ma anche manager delle vendite, del business development, oltre che del marketing e delle pubbliche relazioni. Il 2019 si annuncia molto positivo per le fintech, categoria che comprende tutte le aziende che innovano il mercato dei servizi finanziari puntando sulla leva della tecnologia. Secondo una survey condotta da Meritocracy (agenzia di recruitment digitale) e Fintastico (una sorta di Tripadvisor del fintech), intervistando 50 top manager di fintech italiane in vari rami - dall'insurtech agli investimenti, dal crowdfunding ai prestiti, dai pagamenti alle criptovalute - il 65% delle imprese di settore prevede di assumere fino a 10 dipendenti e il 21% ha in programma tra 10 e 50 assunzioni. Numeri di un certo rilievo considerato che si parla per lo più di startup. Fra le aziende che hanno risposto all'indagine figurano anche realtà affermate nel mercato come Satispay, Moneyfarm e Neosurance, Neutrino, anche se nel 68% dei casi si tratta di neoaziende e con un organico compreso tra 1 e 15 dipendenti.

Un'azienda su tre tra quelle intervistate conta di assumere programmatori e sviluppatori (il 34%

per la precisione), in modo da rafforzare il core business in vista di un incremento della domanda. All'incirca una su cinque (il 21%) porterà in casa professionisti del sales e business development e una su sei (il 17%) manager del marketing e delle pr. La ricerca non riporta la retribuzione annua lorda (la ral) prevista per queste figure, il che avrebbe consentito di fare un confronto con le retribuzioni medie del mercato. «Le aziende del settore sono restie a fornire questo tipo di indicazioni», spiega Alberto Manassero, co-founder di Meritocracy, «per ragioni di concorrenza o perché non interessate ad attirare candidati interessati al solo aspetto economico o, ancora perché la ral non è predeterminata in fase di apertura del processo di selezione, ma viene decisa in fase di negoziazione, anche alla luce del profilo del singolo professionista».

Una specifica domanda chiedeva agli intervistati perché un professionista in cerca di nuove opportunità lavorative dovrebbe scegliere loro: «Dall'analisi sulla frequenza delle parole più menzionate nelle risposte risulta che 'team forte' e 'crescita' sono le keywords più utilizzate», aggiun-

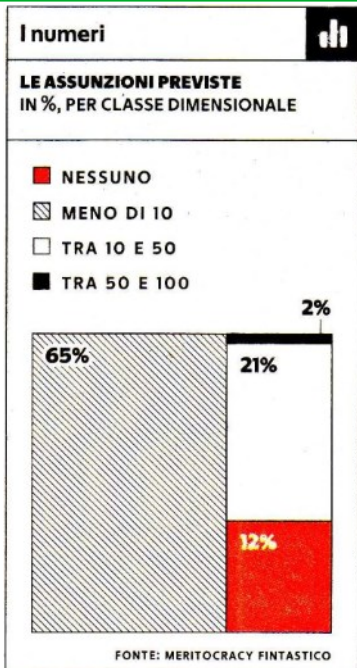
ge Manassero.

Al di là delle conoscenze tecniche, legate al singolo profilo professionale, le aziende del fintech ricercano alcuni requisiti comuni nei candidati. «In primis la capacità e la volontà di mettere in discussione lo status quo, i meccanismi standard con i quali il mercato opera, rivoluzionandoli e trovando nuove soluzioni più aderenti ai bisogni dei consumatori - spiega ancora Manassero - Aver precedenti esperienze in aziende in forte crescita è quindi considerato un valore aggiunto, così come un'approfondita competenza della finanza».

Quanto alle soft skill più apprezzate, Manassero indica «dinamicità, flessibilità e attitudine ad adattarsi in ambienti di lavoro che cambiano molto rapidamente». In cambio c'è la possibilità di lavorare in settori di frontiera, all'interno di organigrammi non piramidali, ma nei quali ognuno può contribuire alla crescita e le modalità di lavoro. Infatti l'86% delle aziende intervistate è propensa ad attuare politiche di smart working per assecondare le attitudini personali e conciliare esigenze familiari e di lavoro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





I numeri

+19,5%

ADDETTI R&S

Rileva l'ultimo rapporto Censis appena pubblicato che nel 2016 gli addetti al settore ricerca in Italia, tra comparto pubblico e privato, sono cresciuti del 19,5%. Si tratta di 71 mila unità in più rispetto all'anno precedente, che ha portato il totale degli addetti a 435 mila unità. Di questi il 42,7%, ossia circa 180 mila unità, sono ricercatori



LE MOSSE DEI BIG DEL SETTORE TLC

Cellulari super-veloci e la casa sempre in Rete Ecco la rivoluzione 5G

Presto basterà una sim per connettere tutti gli elettrodomestici, e il frigorifero farà la spesa

MENO SPESE

Il riscaldamento «saprà» se c'è qualcuno e studierà le previsioni meteo

SERVIZI 4.0

Il medico sarà sullo smartwatch e migliorerà la videosorveglianza

Maddalena Camera

■ Il 5G questo sconosciuto. La nuova tecnologia per la rete mobile è in fase di sperimentazione da parte di tutti i gestori di tlc, a partire da Tim e Vodafone, ma non tutti gli utenti sanno cosa è. I primi servizi arriveranno già nel 2019 insieme ai nuovi smartphone: al momento neppure i più veloci iPhone sono in grado di supportarlo, ma ci sono in cantiere molti modelli: Huawei, per esempio, sembra puntare al 5G per i prossimi P30 e Mate 30, mentre per Samsung occorrerà attendere Galaxy S10 e Note 10, mentre Lenovo-Motorola ha già preannunciato il suo futuro primo smartphone 5G ad agosto, presentando il Moto Z2.

Quali sono allora le principali differenze tra la rete 5G e l'attuale standard di telefonia mobile avanzato, ossia il 4G che ha rimpiazzato, anche se non completamente il meno veloce 3G? E che cosa cambierà nei servizi?

Già il nome, 5G, indica un passo avanti. Ossia la quinta generazione di tecnologie e standard per le connessioni mobili. Il 5G dovrebbe anche essere quella che, secondo i pronostici, è destinata a cambiare il rapporto con il mondo digitale. Sarà un nuovo modo di utilizzare lo smartphone che faciliterà la fruizione di video in strea-

ming e che, soprattutto, renderà «smart», ossia connesso, qualunque oggetto in qualunque luogo.

Già ora è possibile connettere tutti gli apparecchi di casa - dalla lavatrice al frigorifero - alla rete e controllarli con lo smartphone ma serve un collegamento wi-fi. Con il 5G invece basterà una semplice sim per portare gli apparecchi in rete. Per esempio lo smartwatch. Si tratta di un dispositivo che, dal polso, registra le frequenze cardiache e trasmette i dati allo smartphone. Lo fa già utilizzando il Bluetooth ma con il 5G, lo smartwatch diventerà autonomo e potrà trasmettere i dati registrati direttamente al medico curante o all'ospedale che potrà così monitorare eventuali problemi del paziente.

Molti i cambiamenti attesi anche nelle nostre case, destinate a diventare sempre più «smart»: ossia il controllo completo dell'abitazione e di tutti gli elettrodomestici dal cellulare. Per esempio il frigorifero potrà fare da solo la spesa per comperare ciò che manca, mentre la lavatrice potrà scegliere il programma più adatto per il singolo bucato, perché saprà riconoscere i capi che ha nel cestello. Inoltre in caso di macchie difficili i consigli per smacchiare i capi potranno essere presi direttamente

dalla rete. Quanto al forno collegato in rete potrà scaricare ricette e anche programmare i tempi di cottura. Un capitolo importante è costituito dal controllo del riscaldamento tramite le previsioni meteo. Il termostato controllato dallo smartphone potrà spegnere il riscaldamento quando le persone escono di casa e accenderli quando si accorgerà che stanno tornando dal lavoro. Ci sarà quindi un risparmio in bolletta.

Ci sono poi novità sul fronte sicurezza: i nuovi apparecchi per la videosorveglianza sono in grado di eseguire anche il controllo facciale, consentendo un monitoraggio completo di tutte le persone che entrano dalla nostra abitazione. Da remoto sarà possibile anche controllare le luci, persiane e tapparelle. Tutti questi servizi saranno disponibili anche tramite controllo vocale con i personal assistant realizzati da Google, Amazon e Apple.

Le applicazioni del 5G sono comunque davvero infinite: dal collare del cane che permette di monitorare senza sosta gli spostamenti dell'animale ai sensori che potranno consentire di trovare seguendo la mappa tracciata sullo smartphone gli oggetti più dispersati.

E infatti tra gli sviluppi più concreti che il 5G porterà



con sé c'è la tecnologia conosciuta come Internet of Things (IoT) ossia l'Internet delle Cose. I due temi sono estremamente correlati, dal momento che proprio il nuovo standard di connessione funzionerà da chiave di volta per lo sviluppo e l'affermazione definitiva di questa tecnologia. Ed è per questo che l'Industria 4.0 ha già iniziato a dimostrare interesse per l'ulteriore sviluppo dell'Internet of Things con il 5G: in agricoltura arriveranno delle serre smart in grado di controllare la produzione e la qualità dei prodotti relazionandosi alle condizioni esterne e redigendo rapporti completi. In campo medico poi, sarà possibile aumentare le operazioni chirurgiche: eseguite a distanza. L'innovazione 5G dovrebbe poi agevolare un altro passo avanti alla intelligenza artificiale.

LE COSE DA SAPERE

Ecco cosa ci aspetta dopo la rivoluzione 5G

GLI SMARTPHONE



La maggiore disponibilità di banda per l'accesso a internet consentirà di aumentare l'offerta di nuovi servizi anche in mobilità, potenziando per esempio la fruizione video o della cosiddetta realtà aumentata

LA CASA



Il termostato del riscaldamento potrà autoregolarsi in base alle previsioni meteo e spegnere la caldaia quando le persone escono di casa



Il frigorifero sarà in grado di capire che cosa manca in cucina e ordinare la spesa da solo



La lavatrice potrà scegliere il programma di lavaggio migliore perché saprà riconoscere i capi che ha nel cestello



Il forno potrà scaricare dal web le ricette e auto-programmare i tempi di cottura



Le nuove videocamere di sicurezza sono in grado di eseguire anche il controllo facciale di chi entra in casa



Da remoto sarà possibile controllare le luci, le persiane e tapparelle di casa

LA SALUTE



Lo smartwatch diventerà autonomo e potrà trasmettere i dati diagnostici - come la frequenza cardiaca - direttamente al medico curante o all'ospedale che potrà così monitorare eventuali problemi del paziente

6,5 miliardi

L'esborso affrontato dai principali operatori telefonici per aggiudicarsi le frequenze 5G in Italia

L'EGO

Wi-fi, una rete veloce ed efficiente fidelizza i clienti

Garantire l'accesso al wi-fi "soddisfa le aspettative dei clienti" per il 45% degli intervistati e "aiuta ad attrarre nuovi clienti"

Oggi le aziende e gli stessi clienti si affidano alla rete wi-fi per connettersi, comunicare e collaborare. Alla domanda sul perché il wi-fi sia importante per la propria azienda, quasi il 38% degli intervistati ha risposto che renderlo disponibile aiuta a "migliorare il servizio clienti". Lo conferma un'indagine condotta da Netgear su oltre 1.000 piccole imprese fino a 50 dipendenti operanti in 40 settori diversi, tra cui contabilità, istruzione, edilizia, ospitalità e turismo, uffici legali, enti non profit e produzione industriale.

I risultati della ricerca hanno dimostrato che una buona rete wi-fi rappresenta uno strumento fondamentale per la fidelizzazione dei clienti (62%), perché consente di fornire un servizio migliore a clienti che si aspettano di aver accesso al wi-fi.

Garantire l'accesso al wi-fi, inoltre, "soddisfa le aspettative dei clienti" per il 45% degli intervistati, "aiuta ad attrarre nuovi clienti" (12%) e "incrementa il tempo trascorso nei locali" (13%). Offrire una connessione wi-fi significa in molti casi per le aziende aumentare la propria visibilità all'interno delle comunità locali, contribuendo per esempio a tenere i clienti occupati durante i tempi di attesa in un determinato luogo, invitandoli anche a diventare follower sui social media, acquisendo in generale informazioni di valore aggiunto su di loro.





JEAN-CLAUDE JUNCKER

L'inchiesta

Intelligenza artificiale ecco il codice Ue

ALBERTO D'ARGENIO → pagina 6

L'inchiesta

Intelligenza Artificiale, 8 divieti e 1,5 miliardi: ecco il codice Ue

Domani la Commissione renderà note le 8 linee guida a cui dovrà attenersi chiunque

vorrà sviluppare e utilizzare nel mercato del Vecchio Continente

sistemi robotizzati, dall'auto a guida autonoma, alla chirurgia, all'uso delle armi

ALBERTO D'ARGENIO, BRUXELLES

Un futuro già presente, da rendere compatibile con l'essere umano, con i nostri valori e con la democrazia liberale. Evitando che sia un computer a premere il grilletto. Rifiutando schedature di massa, decisioni subite da un algoritmo, desideri indotti da un super computer. Oppure discriminazioni di minoranze etniche, o individuali, frutto di catalogazioni collettive o di una confidenza fatta a un umanoide in un momento di intimità. Quello europeo è il primo continente a fare i conti con i rischi che la tecnologia pone alle nostre società. Inizia domani con la pubblicazione del Codice etico sull'Intelligenza artificiale che comprenderà 8 linee rosse da non valicare nello sviluppo degli algoritmi. Leggendolo, i richiami letterari e cinematografici sono costanti, ma non è fiction, è la realtà di un futuro in parte già presente, comunque non lontano.

Per l'Europa l'AI rappresenta una enorme opportunità, economica e per migliorare la qualità delle nostre esistenze. Bruxelles ha appena lanciato il piano per finanziare la ricerca nel tentativo di recuperare rispetto a Usa e Cina, anni luce davanti a noi e che proprio sugli algoritmi si giocano la leadership mondiale del futuro. La Commissione Europea guidata da Jean-Claude Juncker punta a

mobilitare 20 miliardi di investimenti all'anno.

AMBIZIONI E PROGETTI

Le ambizioni e i progetti di alto livello non mancano, come il super computer di Bologna o il mega ordinatore di Barcellona (MareNostrum) che ha ispirato l'Origin di Dan Brown. Ma non basta se si pensa che Bruxelles per il piano da 20 miliardi ha stanziato appena 1,5 miliardi pubblici mentre i cinesi partono da una base di 13 miliardi da moltiplicare grazie ai privati. La sola San Francisco ha più start-up per l'AI di Francia, Regno Unito, Germania e Italia insieme. Mentre l'Unione rincorre, i rischi legati all'Intelligenza artificiale sono usciti dai cinema per entrare nella realtà. Le enormi ripercussioni sociali ed economiche sui lavoratori dovranno essere gestite strada facendo dalle leadership nazionali e continentali. Ma l'aspetto etico dell'algoritmo avrà conseguenze non meno profonde sul genere umano.

Nel testo che il gruppo di lavoro dei 52 esperti nominati dalla Commissione presenterà domani si parte con 5 principi base, il cui rispetto dovrà essere garantito. Primo, l'AI non può danneggiare gli umani (ma anche animali e natura), la cui dignità deve essere protetta, così come privacy e sicurezza fisica, psicologica e finanziaria. Le persone non potranno essere subordinate o soggette a coercizioni da parte degli algoritmi che comunque

dovranno rispettare individui e minoranze agendo senza discriminazioni o stigmatizzazioni. Inoltre il loro funzionamento dovrà essere comprensibile a tutti, non solo agli esperti, e dovrà servire il benessere del singolo e della collettività.

Il rispetto di questi principi porta allo sviluppo di 8 linee rosse che non potranno essere superate dalle aziende che vorranno operare in Europa. Innanzitutto non si potranno identificare gli individui senza il loro consenso visto che l'Intelligenza artificiale consente tecniche di profilamento e sorveglianza senza precedenti. Un individuo non potrà essere tracciato nella sua intera esistenza, non ci potrà essere una sorveglianza targettizzata o di massa, a maggior ragione attraverso riconoscimento facciale e dati biometrici che comunque non potranno essere usati a fini politici o commerciali (offerte talmente mirate che anticipano e inducono il desiderio). Così come sarà vietata la profilazione di determinate categorie o minoranze da par-



te delle forze dell'ordine. Inoltre non si potrà arrivare al giudizio tramite algoritmo della morale o dell'integrità etica delle persone. Un esempio arriva dalla Cina, dove già oggi tramite telecamere diffuse gli individui vengono catalogati con un vero "scoring sociale" sulla base dei loro comportamenti nella vita di tutti i giorni. E a chi attraversa la strada con il rosso, per non parlare d'altro, può capitare di vedersi negare da un'intelligenza artificiale un mutuo, un lavoro o una polizza assicurativa.

L'Ai poi deve sempre permettere all'umano di intervenire sulle sue decisioni, di interromperne il funzionamento e sostituirvisi. Immediato pensare alle auto senza pilota, ma lo stesso discorso può valere per un colloquio di lavoro o per la concessione di un prestito. Allo stesso modo i sistemi di Ai non possono causare danni fisici o psicologici a umani e animali e in casi a rischio devono potere essere bypassati. Corollario il fatto che il funzionamento dell'algoritmo deve poter essere tracciato affinché gli sviluppatori possano modificarlo in caso di errore.

L'Intelligenza artificiale inoltre è abilissima nel manipolare

l'essere umano, tanto che potrebbe dare luogo ad "allucinazioni sociali", al fatto che una persona possa rivelare a una macchina segreti che non direbbe ad un umano che poi potrebbero essere usati per profilarlo. Per questo gli sviluppatori dovranno sempre consentire all'uomo di essere consapevole di trovarsi di fronte a un computer. Particolare attenzione dovrà essere prestata a utenti sensibili, come bambini e anziani, nonché ad ologrammi, avatar e umanoidi usati per prestazioni sessuali. Di immediata comprensione la parte sugli armamenti letali: diversi paesi stanno lavorando ad algoritmi che diano alla macchina capacità cognitive per decidere autonomamente quando e chi attaccare. Che si tratti di missili o armi leggere, in Europa questi sistemi andranno banditi perché potrebbero sfuggire di mano o quanto meno portare a una nuova corsa agli armamenti, anche nucleari.

LA COSCIENZA ARTIFICIALE

Carico di significati anche il paragrafo sulla coscienza artificiale, ovvero lo sviluppo di una "fenomenologia sintetica" dai delicati risvolti etici e legali. Un rischio è quello di creare sistemi

auto-coscienti - ci si lavora già negli Usa, in Giappone e Francia - capaci di soffrire, provare sentimenti, dare un'alta valutazione alla propria esistenza o diventare attori etici. Si creerebbe una nuova razza, capace di sottrarsi al nostro controllo. Inoltre questi "agenti morali" al massimo potranno aiutare l'uomo a prendere decisioni eticamente responsabili, non sostituirli. Un esempio è quello di un giudice robot che emette una sentenza o di una macchina medico che decida se e quando operare oppure chi lasciare morire tra due pazienti che aspirano ad un unico trapianto. Serve sempre l'intervento umano. Infine l'auto apprendimento, ovvero l'ottimizzazione autonoma da parte dell'Ai: l'algoritmo potrebbe in questo caso prendere strade che non rispettano i nostri valori e dunque la ricerca dovrà assicurare condizioni di sviluppo in sicurezza dei sistemi.

Così l'Europa prova a salvare i suoi valori, consapevole della difficoltà della sfida e che la tecnologia progredendo, continuerà a presentare nuovi rischi.

Focus

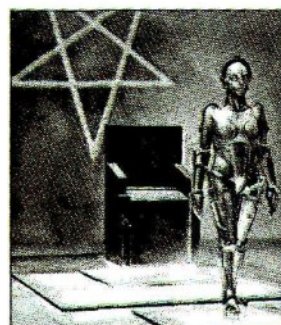
IL GRUPPO DEI 52

La Commissione ha istituito un gruppo di alto livello con 52 esperti, provenienti anche dalle multinazionali dell'hi-tech, guidato dal finlandese Pekka Ala-Pietilä. E' questo gruppo che proprio domani pubblicherà la prima versione del Codice etico europeo. Dopo una consultazione pubblica, a marzo ne arriverà la versione finale. Per ora si punta a farvi aderire volontariamente le grandi aziende. In futuro potrebbe diventare obbligatorio. Si punta ad una Intelligenza artificiale "umano-centrica", sui cui "poter fare affidamento", che rispetti i nostri valori ovvero la Carta dei diritti fondamentali dell'Unione nel nome di una tecnologia che preservi stato di diritto, diritti umani e società democratica.

I film e la realtà

QUANDO LA FANTASCIENZA ESCE DAL GRANDE SCHERMO

IL CINEMA DA SEMPRE RIESCE AD INTUIRE IN ANTICIPO GRANDI SNODI CHE CAMBIANO LA VITA DELLE SOCIETÀ. ECCO I TITOLI LEGATI AL TEMA DELL'ETICA DELLE TECNOLOGIE



La carta dei diritti

Alla base del Codice etico c'è la concezione del valore dell'essere umano come asserito nella Carta Europea dei Diritti, la costituzione fondante dell'Unione. Così come **Metropolis** di Fritz Lang, film del 1927, è la madre di tutte le fiction su futuro e tecnologie

Chi preme il grilletto

Un algoritmo non potrà mai decidere un'azione finalizzata a togliere una vita. Una delle linee rosse del Codice Etico vieta di affidare per esempio l'uso delle armi ad un robot. Anche un robot supersofisticato come quello immaginato in **Robocop**



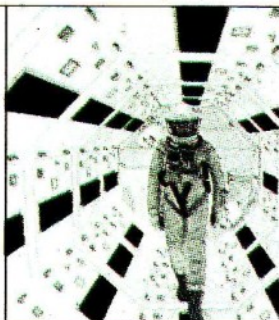


Vite tracciate H24

Quanto immaginato nel film **Truman Show** non sarà mai possibile in Europa. Una delle linee rosse del Codice proibisce infatti la sorveglianza targettizzata di massa. Come invece inizia a vedersi in alcune metropoli cinesi

La macchina pensante

Il Codice pone un limite invalicabile alla capacità delle macchine di auto-apprendere da sole e senza un controllo umano di ultima istanza, come invece accade ad Hal, il supercomputer immaginato da Stanley Kubrick in **2001 Odissea nello Spazio**



La giustizia predittiva

Il Gruppo di Alto Livello che ha messo a punto la prima bozza del Codice ha pensato anche al tema trattato dal film **Minority Report**: non potrà esserci in Europa un algoritmo preposto ad amministrare in modo automatico la giustizia



Chi guida l'auto

Nel film **Il Maggiolino Tutto Matto**, la piccola Volkswagen si guidava da sola, ma aveva anche sentimenti. In Europa però i sistemi self-drive dovranno sempre lasciare ad un essere umano la possibilità di decidere in ultima istanza



Inumeri

IL RAPPORTO UOMO MACCHINA

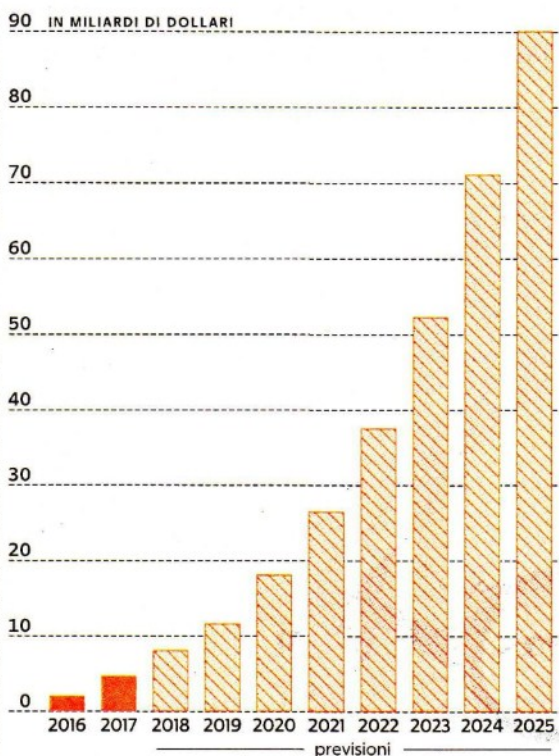
CAPACITÀ DI DECISIONE, IN %

	UOMO	MACCHINA	PROIEZIONE 2022
REGIONAMENTO E DECISIONI	72%	28%	
COORDINAMENTO	71%	29%	
COMUNICAZIONE E INTERAZIONE	69%	31%	
ATTIVITÀ FISICHE E MANUALI	56%	44%	
ATTIVITÀ COMPLESSE	54%	46%	
ELABORAZIONI DATI	38%	62%	

Fonte: WORLD ECONOMIC FORUM, FUTURE OF JOBS 2018

IL MERCATO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

GIRO D'AFFARI MONDIALE



Fonte: TRACTICA

L'opinione

Si punta ad una IA "umano-centrica", sui cui "poter fare affidamento", nel nome di una tecnologia che preservi stato di diritto, diritti umani e società democratica



Andrus Ansip
vicepresidente Commissione Ue



Mariya Gabriel
Commissaria alla Società digitale



Roberto Viola
dg Reti e Tecnologie

L'intervista/Yang Yuanqing



Lenovo: "Non più solo pc la sfida per noi si chiama IA"

Dopo i personal di Ibm e gli smartphone di Motorola, dice il ceo del gigante cinese, "siamo concentrati nelle infrastrutture intelligenti"

45,3

MILIARDI

Il fatturato 2018 in dollari di Lenovo, diviso in parti quasi uguali fra Usa, Europa e Cina

FILIPPO SANTELLI, PECHINO

Siamo speciali, cinesi ma anche globali». Mappamondo alla mano, bisogna dare ragione a Yang Yuanqing, 54 anni, ceo di Lenovo. La sua azienda, al primo posto mondiale per numero di pc venduti l'anno scorso, è stata una delle prime di Cina a saltare oltre confine, acquisendo nel 2004 il ramo pc di Ibm e nel 2014 i telefoni Motorola. Il fatturato è distribuito tra i continenti: 32% nelle Americhe, 25 in Europa, 24 in casa. Ma quella che in altre epoche sarebbe stata forza, in mezzo a guerre di dazi rischia di trasformarsi in vulnerabilità. Così l'informatico Yang Yuanqing («chiamatemi YY», *wai wai* all'americana) gioca da difensore della globalizzazione: «Ha portato benefici a tutti». L'ultima cosa di cui questa multinazionale cinese ha bisogno sono muri, mentre prova a raccontare ai mercati, ancora scettici, il suo futuro oltre i pc. E a rendere finalmente profittevoli gli smartphone Motorola: «Concentrarci su alcuni mercati sta funzionando», dice YY.

La tecnologia è al centro della sfida Usa-Cina: teme che l'hi-tech diventi un'arma e Trump possa bandire Lenovo?
«La globalizzazione è una tendenza che dura da anni e porta benefici a imprese e persone. Se non ci fosse stato il lavoro a basso costo in Cina, i prodotti venduti nel resto del mondo non sarebbero stati così

economici. Senza la globalizzazione non ci sarebbe Lenovo, per questo io spero e credo che continui, faremo del nostro meglio per promuoverla. Se io dovessi avere paura di Trump, le società americane dovrebbero temere i bandi cinesi? Il nostro mondo dovrebbe convergere, con i muri invece le aziende non potrebbero più scegliere dove fare business».

Dopo l'acquisizione dei pc Ibm siete un esempio di integrazione. C'è un malinteso culturale alla base della sfida Usa-Cina?

«All'inizio avevamo dei conflitti perché non ci conoscevano. Da allora incoraggiamo tutti a seguire tre parole: rispetto, franchezza e compromesso. Spero che i governi imparino dal nostro successo».

L'acquisto di Ibm e Motorola oggi verrebbe approvato?

«Non posso parlare per i governi».

Per gli analisti la velocità dell'innovazione nel settore dei pc sta rallentando. È d'accordo?

«Quello dei computer resta un settore soddisfacente. Vale 200 miliardi di dollari, è in crescita, non se ne trovano molti in giro di queste dimensioni. A confronto nuovi settori come l'Internet delle cose sono molto frammentati. E poi è ancora un'industria con spazio per innovare, anche se lo sviluppo non è trascinato solo dalla potenza di calcolo. Noi puntiamo a rendere i computer più intelligenti, sempre connessi, e a migliorare l'interazione con il linguaggio naturale. I pc restano strumenti utili e produttivi, per i prossimi 2 anni vedo una crescita».

Molte società lavorano per integrare l'intelligenza artificiale nei loro prodotti. Quanto investe Lenovo in IA?

«Ogni anno investiamo 1,5 miliardi di dollari in R&D, in linea con l'industria dei pc, e negli ultimi due anni una quota sempre maggiore è

andata sull'IA, in tre aree: "smart IoT", ossia gli oggetti connessi e intelligenti che emergeranno a fianco a pc e smartphone, come gli altoparlanti per l'automazione domestica; infrastrutture intelligenti come data center, super computer e cloud; trasformazione industriale in settori come manifattura, retail o sanità, attraverso machine learning e big data. La applichiamo anche a noi per migliorare le previsioni sul mercato e ottimizzare le forniture».

Quanto conteranno i prodotti e quanto i servizi per voi?

«Siamo una società che produce *device*, ma rafforzare la parte di servizi è importante per il futuro. Nell'ultima trimestrale abbiamo riportato il risultato scorporato: il 5-6% del business, un buon inizio. Lo vogliamo rafforzare spingendo sulle soluzioni *as-a-service* per le industrie intelligenti».

Motorola è arrivata al profitto operativo, ma secondo molti il merito è del taglio dei costi, una strategia di corto respiro.

«Nel lungo periodo continuiamo a essere ambiziosi per Motorola. Ma nel breve, strutturare un business più piccolo è giusto. Motorola non ha guadagnato per 10 anni, il *turnaround* è la priorità. Abbiamo imparato che dobbiamo essere più focalizzati, ci siamo concentrati su Americhe e Europa Occidentale, tra gli emergenti teniamo solo Cina e India. Funziona, e se riusciamo a mantenere questa situazione per qualche trimestre potremo tornare a essere più aggressivi».

La Cina si presenta come un campione di innovazione, come evolve il sistema produttivo?

«Il modello Cina fabbrica del mondo non è più sostenibile: il costo del lavoro cresce, per la politica del figlio unico è difficile trovare dipendenti. L'innovazione è diventata una tendenza. Ci saranno sempre più società come Lenovo».

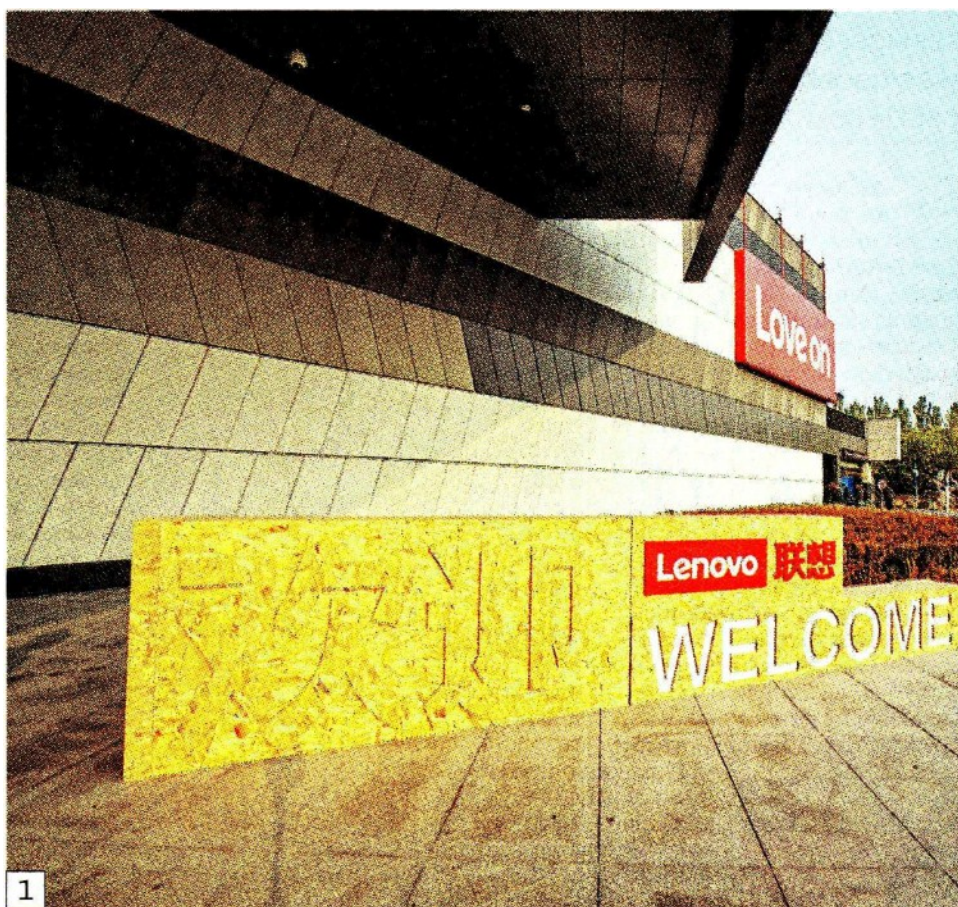
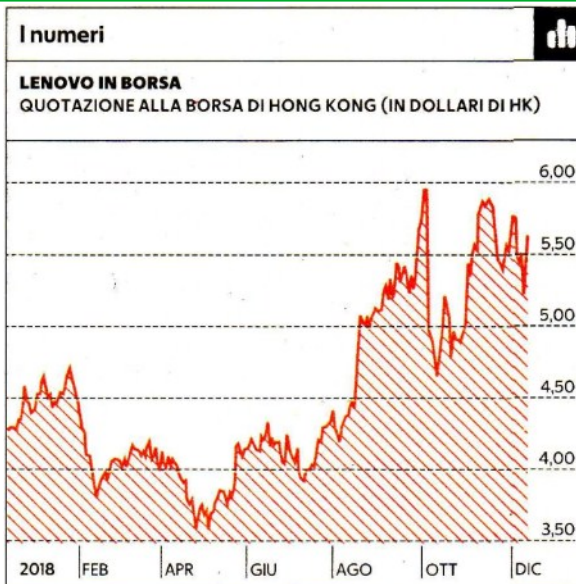
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il personaggio



Yang Yuanqing
ceo del gruppo
cinese Lenovo,
gigante dell'hi-tech



Il nuovo quartier generale di Lenovo a Pechino: il gruppo è il numero uno al mondo nelle vendite di pc

DATI SOTTO CHIAVE SE IL MOTORE È ALTERNATIVO

Qwant è leader in Europa fra i siti di ricerca che rispettano la privacy. Vuole il 10% del mercato in tre anni. Altri esempi in Olanda e negli Usa. E i Millennial? Ora apprezzano

di **Chiara Sottocorona**

Il suo nemico? Google. Il suo credo? La privacy. Ne ha fatto una bandiera per sfidare il gigante sul suo stesso terreno, le ricerche sul web. «Il 10 dicembre è stato il settantesimo anniversario della Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo — dice Eric Leandri, 47 anni, imprenditore francese, co-fondatore e amministratore delegato di Qwant, il motore di ricerca europeo —. Ho costruito Qwant sulla base dell'articolo 12 di questa dichiarazione: il diritto alla vita privata. Significa che non bisogna leggere la vostra corrispondenza online, né frugare nella vostra vita rilevando abitudini e gusti».

Qwant propone un modello alternativo a quello dei big del web che hanno costruito le loro fortune sfruttando i dati personali degli utenti. Ma importa alle nuove generazioni, che non sembrano avere molto a cuore la privacy? «Questo è un luogo comune che riguarda solo una piccola parte dei Millennial — risponde Eric Leandri —. Al contrario, proprio i giovanissimi si mostrano più sensibili al problema, per questo prediligono Snapchat, dove i messaggi scompaiono subito. E su Facebook, dopo lo scandalo di Cambridge Analytica, gli utenti sono più attenti a ciò che mostrano della loro vita. Molti sono usciti dai social e preferiscono fare ricerche non tracciate».

Gli utenti

Qwant (il nome viene da quantico) offre una finestra neutra sul web: non rileva l'indirizzo IP dell'utente, non deposita cookie, non tiene la cronologia delle ricerche né traccia le navigazioni. E cresce. «L'anno scorso abbiamo avuto 9,5 miliardi di ricerche, quest'anno siamo al raddoppio, circa 18 miliardi, con una media di 80 milioni di utenti al mese — precisa Leandri —. Puntiamo ad avere il 10% del mercato europeo entro il 2021».

Uno studio di Kaspersky Lab condotto su 7 mila consumatori europei rivela che la perdita di controllo sui dati personali è un problema che riguarda

la maggioranza delle persone: sei intervistati su dieci (il 64%) dicono di non sapere quali dati personali circolano su di loro, né in quali luoghi sono archiviati. Qwant però non è il solo motore di ricerca per proteggere la privacy. Ci sono anche l'olandese StartPage, nato nel 2016 dalla fusione con Ixquick, e l'americano DuckDuck Go, fondato nel 2008 da Gabriel Weinberg, che propone versioni nelle lingue europee. Ma si tratta piuttosto di aggregatori: il primo si basa sui risultati presi dalle ricerche di Google, il secondo estrae le ricerche da 400 fonti.

«Noi siamo gli unici ad avere costruito un vero motore di ricerca indipendente — dice Leandri —. Copriamo già il 5% delle ricerche francesi, il 2% di quelle tedesche e circa l'1% di quelle italiane». Da meno di un anno c'è anche una sede a Milano.

L'avventura è cominciata nel 2013 e non è stata un'impresa da poco: «Costruire il nostro motore di ricerca è costato già 50 milioni di euro — dice Leandri —. Usiamo l'intelligenza artificiale per indicizzare le pagine, riconoscere i contenuti e i video. Abbiamo sviluppato i nostri algoritmi con collaborazioni internazionali».

I primi tre milioni di euro li hanno messi Leandri e gli altri due fondatori, Jean Manuel Rozan e Patrick Constant. Poi è arrivato il finanziamento dell'editore Alex Springer (che detiene il 20% della società), e il sostegno di due banche: la Banca europea per gli investimenti (per 25 milioni di euro) e la Caisse des Dépôts (per oltre 10 milioni).

I guadagni

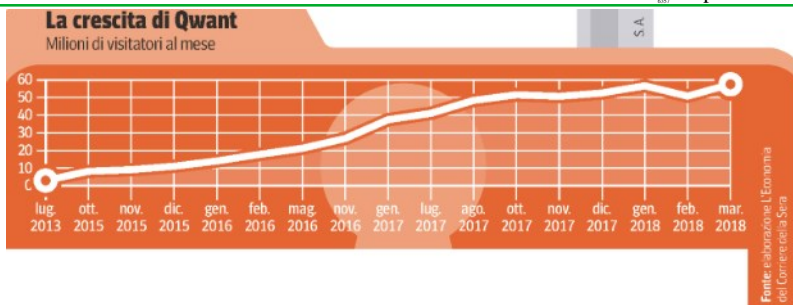
Con i 160 ingegneri assunti, Qwant ha sviluppato un'offerta di servizi gratuiti, come «Music» per l'ascolto musicale, «Game», per scoprire i nuovi videogiochi, «Junior» per le navigazioni protette dei minori e «Map» in arrivo in dicembre. Il prossimo, in primavera, sarà Qwant Pay.

Ma come guadagna Qwant? «Con un vecchio business-model, lo stesso che usava Google fino al 2005, prima di mettersi a profilare gli utenti — dice il ceo —. Abbiniamo la pubblicità alle parole cercate. A chi cerca un prodotto, mostriamo in quali negozi trovarlo e a quale prezzo, con un link. Ogni link cliccato



ci porta dai 20 agli 80 centesimi». Dov'è la differenza, visto che usate la pubblicità? «La pubblicità non è profilata sugli utenti. Perché il tracking è un modo per vendervi più caro quello che potreste trovare altrove a un prezzo migliore, dato che il venditore conosce le vostre abitudini e i vostri gusti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



3 scudi Motori di ricerca per proteggere la privacy

Qwant

Origine: co-fondato in Francia da Eric Leandri nel 2013. Leader in Europa, con 80 milioni di ricerche mensili è sostenuto dalla Bei

Caratteristiche: le ricerche sono anonime, niente cookie, non è registrato l'indirizzo IP. Attivo in Italia, è disponibile in una decina di lingue

DuckDuckGo

Origine: fondato a Philadelphia da Gabriel Weinberg nel 2008, diffuso soprattutto in Usa e Canada, conta 20 milioni di ricerche al giorno

Caratteristiche: si propone come «il motore di ricerca che non vi spia», ma è nel cloud di Amazon e i server sono in America. Per le ricerche usa 400 fonti tra cui Yahoo, Yelp e Bing

Startpage.com

Origine: basato in Olanda, è nato nel 2016 dalla fusione con l'Ixquick creato da David Bodnik nel 1998. È stato il primo aggregatore di search per la privacy

Caratteristiche: non registra gli indirizzi IP, ma le ricerche si basano su Google. Offre il servizio di posta StartMail. È disponibile in 18 lingue

INDUSTRIA 4.0 ALLA SIEMENS ITALIA LO SPREAD È A ZERO

Oltre due miliardi di fatturato nella Penisola

«Il centro di ricerca di Genova fornisce materiali
alle aziende del gruppo in tutto il mondo»

La digital factory è un'eccezione. Dal singolo tornio all'intera fabbrica siamo i partner delle piccole e medie imprese

Nel Paese si sconta la lentezza nei processi decisionali, ma vale comunque la pena di investire qui

di **Stefano Righi**

C'è uno *spread* che è arrivato a zero. In una particolare parte d'Italia lo *spread*, termine che abitualmente misura la differenza di rendimento tra i titoli di Stato di Italia e Germania e che negli ultimi mesi si è ancorato a quota 300, si è annullato. Nessuna differenza di credibilità, reputazione, efficienza tra il *benchmark* tedesco e i prodotti italiani. Tanto che sono assimilabili e che il *Made in Italy* è venduto come *Made in Germany*. Accade in Siemens, il colosso tedesco dell'ingegneria, tra i grandi interpreti di Industria 4.0. «Quello che realizziamo a Genova, negli stabilimenti della Orsi automazione, azienda che acquisissimo negli anni Ottanta, è un *plus* per tutto il gruppo. Il centro di ricerca e sviluppo di Genova lavora per tutto il mondo. Produce *software* per l'industria, prodotti per realizzare simulazioni digitali, ovvero il *digital twin*. È un caso esemplare di valorizzazione delle competenze, oggi a Genova lavorano circa 500 persone ed è creazione di valore che rimane in Italia».

A parlare è Claudio Picech, 51 anni, amministratore delegato di Siemens Italia dallo scorso ottobre. Sposato, padre di due gemelli, Jara e Nico, che a febbraio compiranno 14 anni, è un ita-

liano atipico, nato a Baden, in Svizzera, da mamma pistoiese e papà friulano di Cormons. Dopo l'Itis a Pistoia, si è laureato ingegnere elettrotecnico a Zurigo e da quel momento ha iniziato a girare i cantieri d'Europa, prima di planare a Sesto San Giovanni, in provincia di Milano, nel 2008, alla Alstom energia. Dal 9 dicembre 2014 è in Siemens Italia.

«Siamo alla vigilia di un importante momento di cambiamento. Oggi l'azienda va bene. Va bene l'Italia che contribuisce al business del gruppo in maniera concreta, con un fatturato superiore ai 2 miliardi di euro sugli 83 complessivi e va bene il gruppo. Proprio per questo stiamo pensando a una nuova organizzazione a livello mondo, che ci consenta di focalizzarci sui mercati di riferimento. Siemens ha tre *operating companies* concentrate sull'industria, l'energia e le infrastrutture. E agisce in tre aree di *business*, il medicale, quotato in Borsa, le rinnovabili con Siemens Gamesa e il trasporto con Siemens-Alstom, dove l'operazione è al vaglio degli enti regolatori. L'obiettivo è far diventare operativo questo cambiamento dal primo aprile 2019».

L'esempio di Genova non è unico. Siemens Italia, 3.300 dipendenti di cui 1.800 nel quartiere Adriano di Milano, produce eccellenze per l'intero grup-

po. Sia a livello di prodotti, come il *software* per la gestione delle colonnine elettriche, la gestione energetica di Expo 2015 o la manutenzione dei parchi eolici, sia nell'ambito della tecnologia degli edifici. Nella sede milanese, recentemente ampliata, il modello dello *smartworking* è il più avanzato del gruppo. «L'italiano non è il massimo nell'organizzazione – spiega Picech – e lo *smartworking* è la ricetta per animare l'ingegnosità italiana e sfruttare la grande flessibilità degli italiani, offrendo loro la libertà di organizzarsi. I risultati ci stanno confortando».

Il mercato domestico è diviso in due. Al sud, Siemens si concentra soprattutto sulle infrastrutture: elettrificazione, sottostazioni, quadristica, porti. A Nord, il focus è l'impresa, specie quella di piccola e media dimensione. «Il mercato dell'industria per noi è rivolto prevalentemente all'automazione. Il



caso più importante è la realizzazione della fabbrica Maserati a Grugliasco – sottolinea Picech -. Dal singolo tornio all'intera fabbrica, siamo il partner della pmi italiana. L'end to end è la nostra forza. La divisione automazione, la *digital factory* è una eccellenza del gruppo. La capacità nel *go to market* è tale che l'Italia in questo settore è, nell'universo Siemens, il quarto Paese al mondo per volumi di fatturato dietro a Cina, Stati Uniti e Germania. E poi ci sono altre eccellenze, come la manutenzione predittiva, il monitoraggio in remoto dei parchi eolici. L'Italia è davvero un Paese importante nel nostro gruppo». Le difficoltà sono le medesime che tutti incontrano. Talvolta serve un interprete per spiegare in Germania i bizantinismi della politica italiana. Ma nonostante tutto, Picech ne è convinto, vale la pena di investire. «In Italia si sconta la lentezza, è questo che penalizza il Paese. Non è il problema che la fibra ottica non è oggi in grado di coprire tutta la Penisola, ma il tempo necessario perché ciò avvenga. C'è una lunghezza dei processi decisionali davvero eccessiva. Io mi sento italiano: noi non siamo capaci di eseguire le cose. L'italiano è educativamente molto più colto degli abitanti di altri Paesi. Paesi con tanta storia come l'Italia fanno fatica a essere pragmatici. Ma vale la pena di investire in Italia perché sono convinto siano solo ritardi e che le cose pian piano si sistemano. Il caso dell'Iva a Taranto è esemplare: doveva uscirne un parco, oggi ci sono investimenti miliardari e Siemens ha un ruolo importante in tutta la fase di ristrutturazione e rilancio dell'impianto». Un ottimismo contagioso. La cosa più bella che facciamo in Italia, si chiede guardando gli uffici senza postazioni fisse? Siamo molto *people oriented*, «valorizziamo le persone». Non è poco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Al vertice**

Claudio Picech, 51 anni, è l'amministratore delegato di Siemens Spa. Ingegnere elettrotecnico, è nato a Baden, in Svizzera, da genitori italiani

Villaggio globale

La Silicon Valley di Provenza, 2.500 società e 6 miliardi di fatturato

ANDREA FROLLÀ + pagina 16

Il reportage

La Silicon valley di Provenza che vale quasi sei miliardi

Sophia Antipolis, creata negli anni '60 fra Nizza e Cannes, ospita ormai

2500 aziende con quasi 50mila fra dipendenti, studenti, scienziati, tra cui colossi come Hp e Ibm,

case automobilistiche e persino gruppi assicurativi e farmaceutici

5,6

MILIARDI

Il giro d'affari delle aziende di Sophia Antipolis equivalente al turismo nella vicina Costa Azzurra

ANDREA FROLLÀ, NIZZA

Quando, nell'agosto 1960, lo scienziato Pierre Lafitte lanciò dalle colonne di *Le Monde* l'idea di creare un ecosistema dell'innovazione lontano dal caos di Parigi, la reazione generale fu tiepida. Forse non poteva essere altrimenti: non esisteva nulla di simile altrove, non c'era ancora nemmeno la Silicon Valley che era solo un insieme di piccoli centri di ricerca intorno all'Università di Stanford. Ma era solo una questione di tempo. Se oggi Sophia Antipolis, parco tecnologico immerso nel verde tra Nizza e Cannes, è popolata da migliaia di aziende tecnologiche, scienziati, ricercatori, ingegneri, innovatori e startup, è merito di chi non smise di inseguire il sogno di una "Firenze del XX secolo" in terra francese.

Sophia Antipolis è un nome che probabilmente non dice tanto a molti. Eppure, il parco dell'innovazione che nasconde migliaia di uffici tra boschi, tornanti e rotonde in un continuo saliscendi, è il primo polo scientifico e tecnologico per l'innovazione digitale in Europa. La comunicazione non è stata il punto forte di questo paesino hi-tech, come più di qualcuno ammette

candidamente. Non è un caso che le storie e gli aneddoti più curiosi saltino fuori girovagando per le strade della cittadina o chiacchiando durante una corsa in taxi. È così che si scopre, ad esempio, che la denominazione Sophia Antipolis deriva da Sophie, nome della moglie di Lafitte, ed Antibes, il Comune più vicino al parco che in greco antico si chiamava Antipolis. O che nel giorno di posa della prima pietra di Sophia Antipolis era presente pure Pablo Picasso, che in Costa Azzurra passò l'ultimo periodo della vita. Era un giorno di fine anni Sessanta ed è proprio in quel periodo, sulla scia del fermento sessantottino, che il progetto di Lafitte prese la scossa di partenza.

A fare da propulsore fu un'aggressiva politica di sgravi fiscali per l'attrazione di aziende sul territorio, che diede i suoi frutti in poco tempo. Il primo piede dentro Sophia Antipolis fu messo nel 1974 da Franlab, filiale dell'ex Institut français du pétrole. Ma fu Air France a portare la prima ventata hi-tech nell'ecosistema, inaugurandovi nel 1977 il proprio centro It. Da lì, la fioritura di poli di ricerca, divisioni tecnologiche e distaccamenti non ha avuto tregua, accelerando negli ultimi anni. E oggi i numeri di Sophia Antipolis sono forse più emblematici di tante storie. Secondo le rilevazioni fornite ad *Affari & Finanza* dalla Communauté d'agglomération Sophia Antipolis, infatti, attualmente il parco tecnologico ospita 2.500 aziende di 24 Paesi, 38mila dipendenti (oltre mille posti di lavoro creati ogni anno dal 2013 a oggi), 4.500 ricercatori e 5mila studenti,

per un giro d'affari stimato in 5,6 miliardi di euro. Giusto per dare un'idea, la stessa cifra mossa ogni anno dal turismo in Costa Azzurra. Una performance sostenuta soprattutto dagli investimenti delle grandi aziende che hanno deciso di prendere casa a Sophia Antipolis, tra *headquarters* europei, centri di ricerca e divisioni varie.

Ci sono i colossi della tecnologia come Accenture, HP, Sap, Ibm, Huawei, Fortinet e Amadeus It Group (la multinazionale di viaggi e turismo qui ha assunto 500 ricercatori e sviluppatori solo quest'anno). Grandi brand del comparto auto, da Mercedes a Renault, passando per Toyota che a Sophia Antipolis ha il centro europeo di design. E realtà importanti del calibro di Allianz, Xerox, Bayer, Axa e molte altre.

Ad attrarre tutte queste aziende non è stato il relax offerto da questo scorcio verde di Costa Azzurra, bensì la qualità del capitale umano sfornato dall'ecosistema. «Le competenze sono il primo motore di Sophia Antipolis. Tra ingegneri e sviluppatori qui le aziende trovano i profili altamente specializzati che cercano», spiega Jean Leonetti, sindaco di Antibes e presidente della



Communauté d'agglomération Sophia Antipolis. Nemmeno a dirlo, la caccia si sta concentrando sulle nuove frontiere digitali (Big Data, sicurezza informatica, biotecnologie, Internet of Things). E in particolare sull'intelligenza artificiale, diventata un'ossessione soprattutto per le facoltà universitarie ospitate dentro Sophia Antipolis.

«Quasi tutto ciò che facciamo lo facciamo con i player dell'ecosistema. Abbiamo collaborazioni con le grandi aziende, l'Istituto italiano di tecnologia di Genova e varie

università straniere, dal Québec alla California», spiega Jean-Marc Gambaudo, presidente della University Cote d'Azur, l'entità che racchiude l'Università di Nice Sophia Antipolis e altri centri d'eccellenza della Riviera. «Ci stiamo focalizzando fortemente sull'intelligenza artificiale perché la domanda delle aziende e della ricerca va in questo senso». E nella stessa direzione stanno andando anche le tante startup fondate a Sophia Antipolis (solo nel Business Pole ne sono transitate 61 dal 2013 a oggi).

Dopo qualche anno di pausa, si sta inoltre rimettendo in moto il real estate. Tra le varie iniziative immobiliari spicca l'avveniristico "Eco-tone", un business center da 40mila metri quadrati coperto dalla vegetazione e disegnato dall'archistar Jean Nouvel. Sponsor di peso del progetto è l'imprenditore francese Xavier Niel, patron di Iliad e anche co-proprietario di *Le Monde*, lo stesso giornale che 58 anni ospitò la sfida di Lafitte. È l'ironia di una sorte che, ogni tanto, supera qualsiasi fantasia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un'immagine ripresa in uno dei tanti "incubatori" insediati nella zona di Sophia Antipolis, polo tecnologico del Sud della Francia



Reddito universale la speranza è nei robot

L'opinione “

Andrew Yang, candidato democratico alle presidenziali del 2020, vuol dare mille dollari al mese ai cittadini americani: sostiene che è l'unico modo per salvarli dagli effetti dell'automazione

Mady Delvaux, europarlamentare socialista, a Strasburgo lo aveva proposto a inizio 2017: se l'avvento di automazione e robotica metteranno a rischio almeno il 47 per cento degli impieghi in Paesi come gli Stati Uniti, molti di più in India e Cina, servirà un reddito universale. Il Parlamento europeo bocciò la proposta: destra e popolari si opposero. Ma qualcuno oltreoceano sembra aver ascoltato le parole della Delvaux. Anzi, le vuole mettere in pratica. Andrew Yang, candidato democratico alle presidenziali del 2020, intende dare mille dollari al mese a tutti i cittadini americani fra i 18 e i 64 anni. Inizierà con un esperimento nel New Hampshire e nello Iowa già nel 2019, o così almeno sostiene. L'equazione sulla quale Yang, ex imprenditore della Silicon Valley e

saggista, basa le sue teorie è nota: l'automazione permetterà di riportare in Occidente la produzione industriale abbattendo il costo del lavoro ormai svolto dalle macchine, ma per la prima volta ad un aumento del prodotto interno lordo (Pil) non corrisponderà alcuna crescita occupazionale. Yang sottolinea per altro che Donald Trump ha vinto con almeno dieci punti di vantaggio sulla Clinton nelle zone dove la robotica ha portato alla soppressione di parecchi posti di lavoro. Offrire mille dollari al mese sarebbe quindi l'asso nella manica per batterlo nel 2020 nelle sue roccaforti.

Mettere in relazione reddito universale e automazione è già un passo in avanti rispetto al livello del dibattito in Italia. Almeno si stabilisce una correlazione fra la possibile crescita del Pil e la raccolta delle risorse necessarie a sostenere il reddito di cittadinanza.

Fin qui la teoria. Nella pratica i processi di automazione non saranno omogenei né geograficamente né temporalmente e nemmeno i loro effetti. Bisognerebbe poi evitare una tassa generale e puntare su una aliquota che entra in gioco solo quando si supera negli utili un determinato livello per evitare di strozzare sul nascere nuove imprese ad alto contenuto tecnologico. Resta il merito di Yang: per farsi notare ha puntato su una mossa populista partendo però da una questione che in futuro avrà sempre più importanza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In Europa gli interventi sulla privacy e il copyright, negli Usa le audizioni al Congresso dei top manager: i governi occidentali fanno i conti con la pervasività dei big del tech e provano attraverso i rappresentanti del popolo di costruire argini. L'industria del settore tenta di salvaguardare posizioni di monopolio acquisite negli anni. Ma è tempo di una riflessione critica più vasta e a tutto campo. Non solo «economica»

CIVILTÀ DIGITALE

C'È UN LATO OSCURO LA POLITICA? FA FATICA

di **Gustavo Ghidini** e **Daniele Manca**

Doveva accadere. La politica sta scendendo pesantemente in campo nel mondo digitale. Non si tratta solo dei divieti che si stanno allargando a macchia d'olio in Occidente alle aziende cinesi come Huawei e Zte, attive nelle infrastrutture di telecomunicazioni. Su questo versante, la settimana scorsa è stata la volta del Giappone dopo gli Stati Uniti. Ma di una politica che, spiazzata dalla potenza dimostrata dai colossi della tecnologia nell'orientare l'opinione pubblica, vuole tentare di ritornare in partita. Forse, avendo finalmente compreso a proprie spese il potere *disruptive* sia sul fronte economico sia anche su quello culturale e sociale dei titani del web e dell'hi-tech in genere, prova a ritrovare il senso di una propria azione.

Il senso del momento di passaggio l'ha data l'audizione di Sundai Pinchar, numero uno di Google al Congresso. Intanto un Congresso che dopo le elezioni del midterm è tornato in mano democratica, e poi un ingegnere abile nel mondo dei semiconduttori che si trova a dover spiegare come e perché un motore di ricerca usa e sfrutta i dati dei suoi utenti (generalmente ignari delle "profilazioni" dei loro dati) e, last but not least, perché andrà in Cina accettando di fatto di essere censurato.

È innegabile che la cara vecchia Europa da questo punto di vista ha avviato un ripensamento critico della «civiltà digitale». Che si è evidenziato nel General data protection regulation, come pure

nella nuova normativa sul copyright. Non ci riferiamo quindi a fenomeni di conclamata illegalità, come il cyberbullismo, l'istigazione all'odio, alle fake news. E neppure nelle arbitrarie capziose «priorità» assegnate da grandi motori di ricerca e reti social a opinioni tanto sensazionalistiche e allarmistiche, quanto ascientifiche. Quelle che attraggono più «like», e perciò più «traffico» che significano più introiti pubblicitari. Fenomeni di scontata total negatività, come tale meritevoli di interventi preventivi e repressivi basati proprio sul carattere criminoso e comunque illegale di tali atti (da noi, per le fake news il reato — salvo ipotesi più gravi — è l'abuso della credulità popolare).

Informazioni facili... e precotte

Ci riferiamo invece ad aspetti ed effetti negativi connessi come fratelli siamesi al «normale» modus operandi della comunicazione e trasmissione di informazioni e dati per via digitale. Fratelli «cattivi» che vale la pena di separare da quelli «buoni», con appositi e ben temperati bisturi. L'identificazione dei componenti principali del *dark side* della «civiltà digitale» è in corso da tempo.



In sintesi, prendiamo per primo il versante dello sviluppo delle facoltà cognitive, a partire dall'apprendimento e dalla capacità di ragionamento. Molte voci si sono già levate per evidenziare, non a torto, come la facilità e velocità della ricerca online di dati e informazioni abbia l'amaro risvolto dell'acquisizione di nozioni e concetti ...precotti: per lo più dissuasiva, nei fatti, dall'osservanza del principio illuminista «ragiona con la tua testa».

Libri come quelli di Daniel Kahneman («Thinking Fast and Slow», Penguin books, 2011, UK, tradotto in italiano «Pensiero lento e veloce», Feltrinelli) e Byung Chul Han («Nello Sciame», Visioni del digitale, estratti, ed. Notte-tempo, Roma, 2015) mostrano come stia diminuendo, specie nei giovani (ma non solo) l'attitudine al pensiero «lento», complesso e di lungo periodo e con esso, pure e purtroppo, l'attrazione per i «grandi» e impegnativi libri, e, a cascata, la stessa capacità di articolare, per iscritto o anche a voce, ragionamenti autonomi e discorsi strutturati.

Le mosse

Qual è, qui, la novità? Che di queste critiche e preoccupazioni si stanno facendo portatrici (non sempre in modo convincente) anche non poche espressioni del mondo dell'industria digitale, che direttamente attraverso la messa a punto

di strumenti tecnici di limitazione dell'«esposizione» al digitale, ovvero attraverso i consigli di collaboratori scientifici, pedagogisti inclusi, mettono in guardia e istruiscono anche i genitori per evitare e comunque ridurre la dipendenza dal mondo virtuale, nelle sue varie forme.

C'è Apple che ha installato nei suoi iphone la app relativa all'uso giornaliero di tablet e smartphone. Ma ci so-

no anche i molteplici studi sugli effetti sulla salute come quelli del National institute of health americano (www.nih.gov).

Una dipendenza da un modo di comunicare e informarsi che presenta pericoli per la salute ma anche sulla formazione culturale e intellettuale, e la stessa «salute» questa volta della democrazia. È questa la convinzione ormai dominante fra i commentatori non «embedded».

Cosa leggere

Una piccola guida alla lettura può essere questa:

- 1) Y. Laouris, «Reengineering and Reinventing both Democracy and the Concept of Life in the Digital Era», (estratto da «The Onlife Manifesto»);
- 2) «Being Human in a Hyperconnected Era», editor L. Floridi (Oxford Internet Institute, University of Oxford), Springer, 2015;
- 3) Y. Mounk, «Can Liberal Democracy Survive Social Media?», The New York Review of Books – NYR Daily, April 30, 2018.
- 4) G. Pitruzzella, «La filter bubble e i suoi effetti», estratto da «La libertà di informazione nell'era di Internet, media-Laws Rivista di diritto dei media, 1/2018.
- 5) M. Maggioni, «L'informazione come sfida essenziale», Aspenia, n. 80, 2018.

I riflessi

Dietro i monopoli si nascondono insidie che travalicano gli interessi della concorrenza e del mercato. Anzi. I riflessi su mercato ed economia sono quelli più immediati ed evidenti. Ed è da quelli che probabilmente si dovrà partire per arrivare però a comprendere che la strada parallela di una riflessione critica afferente alla politica e alla democrazia “tout court” sulla «cultura digitale» non può essere abbandonata, bensì va costantemente approfondita.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FD AUTOMAZIONI

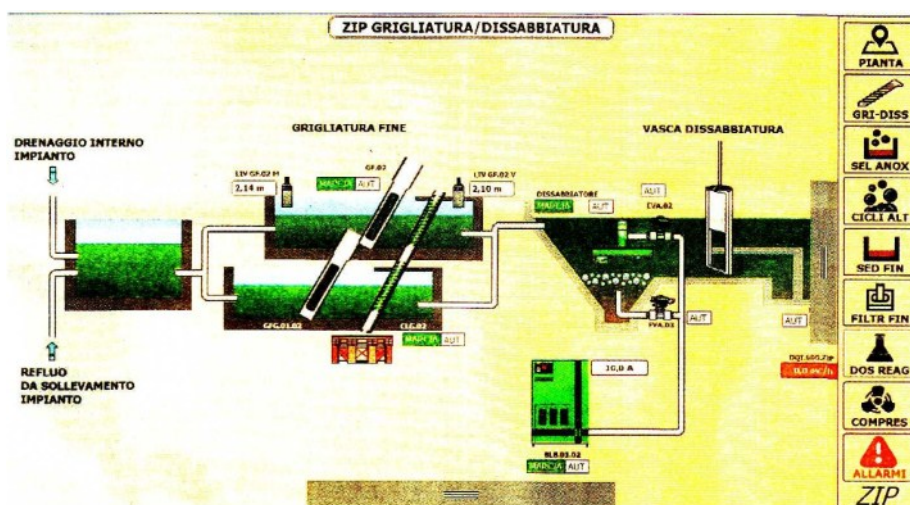
Nuove tecnologie per l'industria digitale

Innovazione, efficienza e flessibilità sono i tre pilastri che reggono Fd Automazioni, azienda presente a Codevigo (Pd) dal 1995, specializzata nella progettazione e realizzazione di quadri elettrici di automazione basati su tecnologia Plc, oltre che nella realizzazione di sistemi di supervisione, telecontrollo e reti industriali, costruiti "su misura" per il cliente. Principalmente opera nei settori della depurazione acque, il comparto plastico, Oil&Gas e Hvac. L'azienda guidata dai fratelli Flavio e Marco Donola ha sempre motivato la sua continua espansione con il desiderio di proporre un prodotto che materializzi le esigenze del cliente, seguendo la commessa in tutte le fasi al fine di arrivare efficacemente al risultato. "La crisi negli scorsi anni non si è sentita, probabilmente perché la maggior parte dei nostri quadri elettrici sono andati all'estero. Gran Bretagna e Germania principalmente, ma abbiamo fatto avviamenti in Francia, Algeria, Marocco, Repubblica Ceca, persino in estremo oriente, a Bali", dice Flavio Donola, responsabile della produzione dell'azienda. Anche il buon andamento del mercato ame-

ricano ha contribuito, ed Fd Automazioni, grazie alla certificazione Ul-Csa, ha potuto sfruttare l'ondata positiva con installazioni in Nord America. "Negli ultimi anni l'innovazione nell'automazione industriale ha subito un'accelerazione incredibile, e la sta rendendo sempre più 'connessa' - continua Marco Donola -. Questo processo di evoluzione tecnologica non solo dà la possibilità di controllare le macchine da dispositivi smart come cellulari e tablet, ma offre sempre di più la possibilità di interconnettere le macchine tra di loro e con il sistema gestionale, rivoluzionando il concetto stesso di produzione e produttività". In questi ultimi anni Fd Automazioni ha investito molto nel rendere possibile il dialogo tra le varie macchine e con il sistema centrale, occupandosi di tutto ciò che serve, ma soprattutto creando infrastrutture di reti industriali, software ad hoc su Plc, interfacce per utenti semplici e pratiche. Fd Automazioni vuol essere un partner per l'imprenditore o il manager della Pmi che desidera fare evolvere il proprio sistema produttivo, utilizzando le

nuove tecnologie e sfruttando tutti i vantaggi (non solo fiscali) dell'industria 4.0. È diventato infatti oramai un bisogno imprescindibile per l'azienda manifatturiera moderna, poter monitorare e gestire in maniera integrata le macchine che compongono il processo produttivo. Per questo motivo Fd Automazioni collabora con l'impresa e il produttore delle macchine per creare una piattaforma che consenta il controllo totale della filiera e il trasporto dei dati, in tempo reale, verso il software Mes in uso o da adottare. "Il nostro punto di forza è la capacità di fornire un servizio a tutto tondo sia consulenziale, per la progettazione dell'automazione e del suo interfacciamento, sia realizzativo, grazie alla nostra produzione di quadri elettrici con oltre un ventennio d'esperienza - dice Marco Donola -. Il nostro servizio non si esaurisce con la realizzazione del progetto iniziale, ma se il cliente lo desidera prosegue nel tempo per accompagnare l'evoluzione dell'azienda". Altri fronti sui quali Fd Automazioni offre la propria esperienza sono la cyber security delle reti industriali e un servizio di teleassistenza che può essere messo

a disposizione dei produttori delle varie macchine. Queste due importanti necessità hanno storicamente sempre avuto una convivenza piuttosto difficile, ma l'importante lavoro fatto la rende possibile, preservando la sicurezza della rete. "Attualmente stiamo lavorando intensamente a un sistema di telemetria che ci possa aiutare ad avere un'idea dello stato d'usura delle macchine per poter cogliere, in modo predittivo, la necessità di far manutenzione alla macchina stessa - dichiara Marco Donola -. È un servizio che ha come obiettivo quello di semplificare la gestione delle manutenzioni nei grossi impianti e di ridurre i costi dovuti alle rotture, alle fermate d'impianto o alla mancata produzione. È proprio di questi mesi il rilascio della nuova piattaforma con una crescita costante di utenti e fatturato - conclude Vaccari - ora stiamo lavorando a nuove funzionalità per gli utenti business, con lo sviluppo di una piattaforma professionale specifica per e-commerce e aziende che devono gestire ogni giorno decine o centinaia di spedizioni". Per maggiori informazioni visitare il sito www.fdautomazioni.it.





Flavio Donola, uno dei due titolari



Tre ingegneri parte dell'ufficio tecnico di Fd Automazioni: da sx Enrico Francesco e Michele

L'INTRATTENIMENTO MOBILE

Con Switch che ha venduto più di 20 milioni di pezzi e la portatile 3Ds, il gruppo giapponese punta anche sugli smartphone. «Nessuna cannibalizzazione, vinciamo grazie ai nostri giochi unici». In arrivo una nuova versione della console di casa. Per Natale darà battaglia a Sony e Microsoft con i nuovi Pokemon e un'apertura totale sul mercato

STRATEGIA NINTENDO MOLTIPLICARSI PER VINCERE

di **Federico Cella**

Le parole sono importanti. Tanto più se disegnano il futuro delle console di gioco di una delle Tre Sorelle del gaming— Sony-Playstation, Microsoft-Xbox e Nintendo che animano un comparto da 130 miliardi di dollari di valore — e si rischia di perderne il senso nel corso di una traduzione. E così Shinya Takahashi non è tenero con l'interprete: il vicepresidente di Nintendo responsabile della gestione dei giochi e delle proprietà intellettuali del gruppo, nonché della console Switch, entra spesso in prima persona nel triangolo giapponese-inglese-italiano.

«Non ho detto che non è vero — specifica al *Corriere*, commentando l'indiscrezione del *Wall Street Journal* sull'arrivo nel 2019 di un'evoluzione della console da oltre 20 milioni di pezzi venduti in un anno e mezzo —. Non commento notizie non ufficiali. Però una cosa è certa: non ci fermiamo mai ad ammirare quanto abbiamo fatto ma siamo sempre al lavoro per cercare di migliorarlo». Non è una conferma ufficiale della nuova Switch con schermo e batteria migliorati, ma lo sembra tanto.

I cambiamenti

Proseguiamo. Uno dei cavalli di battaglia della Grande N per Natale è il nuovo Pokemon Let's Go, il primo videogioco dei «pocket monster» a esordire fuori da una

console portatile, su Switch appunto. Mossa apprezzata soprattutto dai fan un po' più grandicelli ma che getta ulteriori ombre sul futuro della 3Ds, la console portatile bis-nipote dello storico Game-Boy. Il traduttore non ingrana e Takahashi-san lo corregge di nuovo: l'argomento anche qui è delicato. «Il team di Pokemon ha fatto un lavoro straordinario per rendere il gioco adatto a essere giocato dal divano. Ma questo non significa che stiamo smettendo di supportare la nostra portatile — specifica il manager 55enne, reclutato da Kyoto nel lontano 1989 —. Per noi è la porta d'ingresso di nuovi appassionati nel mondo Nintendo: la 3Ds è dedicata ai bambini che ancora non hanno un proprio smartphone».

Una difesa che non mette del tutto in salvo la console, ormai presa tra due fuochi. Da un lato gli smartphone che ormai rappresentano la metà del valore dell'intero mercato dei videogiochi. Con Nintendo che da più di due anni sta facendo quanto aveva sempre negato di voler fare: portare le preziosissime IP (*Intellectual Property*) al di fuori del proprio mondo, in prima istanza sui telefoni con app dedicate. «Stiamo lavorando su tre dispositivi mobili con la certezza che non si cannibalizzano tra loro», spiega Takahashi, riferendosi anche alla Switch. Perché l'altro attacco alla 3Ds viene da fuoco amico: la Switch nasce come prodotto ibrido, console fissa collegata al tv di casa, e portatile con uno

schermo proprio in stile tablet. «Per gli smartphone creiamo esperienze di gioco uniche, tarate su quel mezzo. Ma lo scopo rimane sempre lo stesso: catturare nuovi appassionati e portarli sulle nostre console».

La strategia è chiara. Così come lo è stato il suo cambiamento dopo la morte a soli 56 anni dell'ex presidente visionario Satoru Iwata, quasi a seguirne le ultime volontà. Nintendo si è aperta. Prima di tutto agli «odiati» smartphone. L'esordio è stato nell'estate 2016 con il fenomeno di Pokemon Go, poi a Natale dello stesso anno il colpo grosso: celebrato anche da Apple, su smartphone esordiva Mario, l'idraulico italiano eroe dell'azienda.

Risultato? Trecento milioni di download per SuperMario Run. Poi si è passati alla cessione dei diritti d'utilizzo del proprio universo narrativo e dei suoi personaggi. Il vero tesoro dell'azienda ha preso vita in parchi di divertimento e merchandising vario, fino ad arrivare al primo videogioco di Mario sviluppato fuori da Nintendo. Un orgo-



glio anche italiano, dato che Mario + Rabbits: Kingdom Battle è stato pensato e sviluppato da Ubisoft Milano.

L'hub domestico

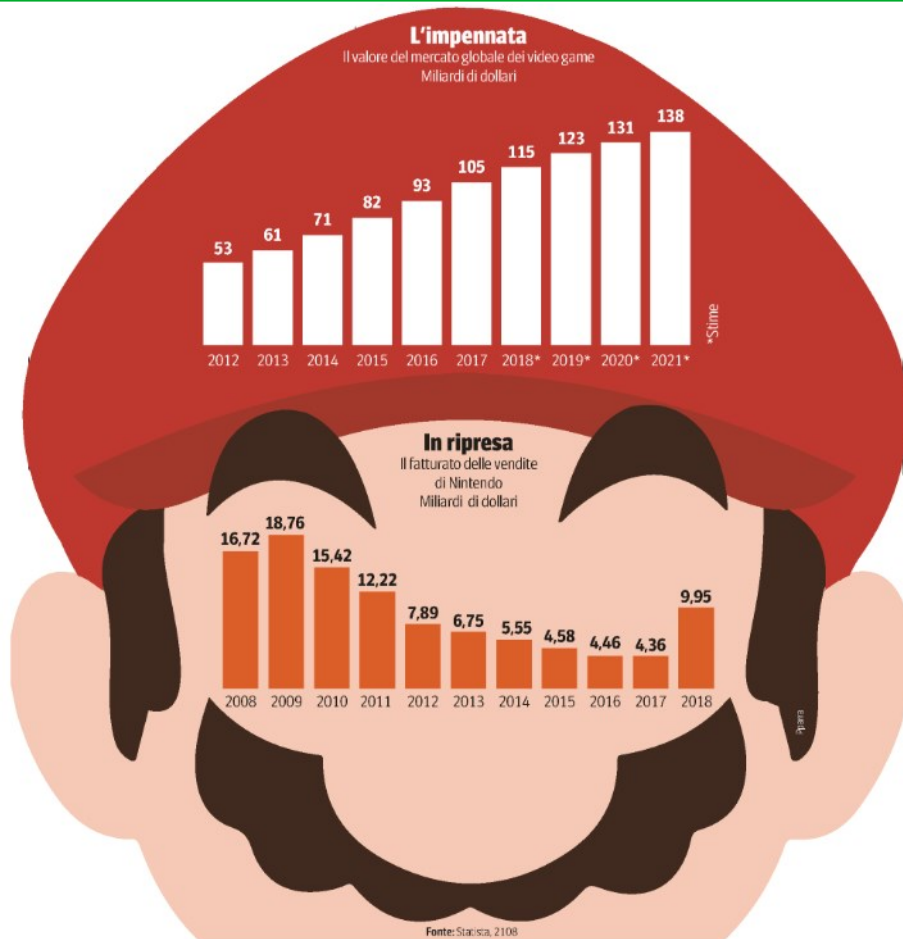
Il nuovo percorso, condotto in prima persona da Shinya Takahashi, ha infine visto l'apertura della Switch in modo da agevolare lo sbarco di quanti più titoli possibili dalle cosiddette terze parti. In una competizione globale l'autarchia non pagava più. Così sulla console ora si conta il numero record di oltre 1.300 titoli disponibili (da parte di più di 500 publisher) e i numeri di Fortnite ne sono l'emblema: il gioco-fenomeno dell'anno in meno di sei mesi — è stato reso disponibile su Switch lo scorso giugno — è stato installato sulla metà delle console vendute. «Gli studi di sviluppo, anche quelli indipendenti, fanno a gara per creare i loro giochi anche per noi. È la realizzazione del mio sogno», chiosa Takahashi con parole che fino a qualche anno fa sarebbero risultate inadeguate per la dirigenza Nintendo. I tempi sono cambiati, e così non a caso anche la curva delle vendite dell'azienda. Che dopo gli anni d'oro della Wii, un decennio fa, ha ripreso a salire.

Non si lascia più alcun vantaggio alla concorrenza, neanche sugli eSport, a detta di molti il futuro degli spettacoli di massa. Nintendo li sposa, ma a modo suo. Con lo sparattutto fumettoso Splatoon, e il nuovo Super Smash Bros Ultimate, l'altro titolo di Natale di casa. Perché l'azienda di Kyoto, alla vigilia dei 130 anni di storia ludica, sta cambiando, ma nel solco della tradizione. Su Switch è arrivato un abbonamento ai servizi online con cui Nintendo si apre anche al concetto di *game as a service*, i videogiochi con sottoscrizione.

E in (eterna) attesa dell'app di Netflix dedicata, la piccola macchina da gioco si propone anche come centro multimediale della casa. Takahashi conferma: «Sì, la nostra console si sta costruendo anche come media hub». Con una sorpresa però: «Potrebbe non riuscirci, e per l'azienda non sarebbe un problema. La missione di Nintendo da sempre è solo una: creare giochi».

 @VitaDigitale

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La scelta ibrida

Switch è una macchina da gioco per la casa che può essere usata anche come portatile



La corsa di Mario

Super Mario Run è il primo gioco per smartphone con l'idraulico digitale come protagonista



Visione Shinya

Takahashi, vicepresidente responsabile di Switch e della gestione dei giochi e delle proprietà intellettuali

Gli emendamenti

Web tax, 500 milioni di maggior gettito da Netflix e Spotify

ROMA Ipotesi web tax da 500 milioni: colpirà anche Netflix e Spotify. La proposta allo studio per trovare nuove coperture per il bilancio. L'imposta già varata lo scorso anno non ha mai visto la luce.

A pag. 4

Ipotesi web tax da 500 milioni colpirà anche Netflix e Spotify

LA PROPOSTA ALLO STUDIO PER TROVARE NUOVE COPERTURE PER IL BILANCIO L'IMPOSTA GIÀ VARATA LO SCORSO ANNO NON HA MAI VISTO LA LUCE

IL FOSUS/2

ROMA Un po' ormai assomiglia alla tela di Penelope. La web tax italiana, la tassa che, almeno nelle intenzioni dovrebbe colpire i colossi della rete, viene fatta e disfatta a cadenza costante. L'ultima versione del prelievo è stata inserita nella legge di bilancio dello scorso anno. Secondo i conteggi fatti allora dalla Ragioneria generale dello Stato, avrebbe dovuto portare nelle casse pubbliche 190 milioni di euro il prossimo anno attraverso una tassazione del 3% sulle fatture emesse dai vari Google, Amazon, ebay. Nonostante la norma scritta nero su bianco non se ne è fatto niente. Entro il 30 aprile scorso avrebbe dovuto essere emanato un decreto ministeriale per spiegare quali servizi on line avrebbero dovuto essere colpiti dalla web tax e quali invece no. A settembre, quando ha presentato l'aggiornamento del documento di economia e fi-

nanza, il governo ci ha messo una pietra sopra. Quei soldi, ha detto, non arriveranno più nel 2019, meglio cancellare la previsione di entrata. Un po' anche perché Palazzo Chigi e Tesoro speravano che a togliere le castagne dal fuoco fosse la Commissione europea con la Dst, la digital service tax, che in tanti spettavano (speravano) arrivasse per gli inizi di questo mese. Niente da fare nemmeno a Bruxelles.

IL RINVIO

Così, nella disperata caccia alle risorse per ridurre il deficit pubblico attorno al 2% come chiesto proprio dalla Commissione, sul tavolo di Palazzo Chigi è arrivata una nuova proposta di tassazione dei giganti del web. La norma scritta, al momento, appare ancora molto generica. Ancora una volta si fa riferimento, per i dettagli, ad un decreto ministeriale da adottare entro i primi mesi del 2019. La differenza rispetto alla web tax dello scorso anno è soprattutto nei numeri. Questa volta il governo vorrebbe ricavare poco più del doppio di quanto immaginato nemmeno 12 mesi fa: 500 milioni di euro. Tra le Big tech hanno iniziato a fare qualche ragionamento. Una cifra del genere sa-

rebbe difficile da raggiungere agendo soltanto sul «business to business», ossia con il prelievo fiscale sulle fatture fatte agli artigiani e ai commercianti che vendono on line i loro prodotti. Insomma, questa volta nel mirino ci sarebbe il «business to consumer», ossia direttamente i servizi venduti al consumatore finale, come Spotify, Netflix o Amazon Prime. L'altra strada sarebbe quella di raddoppiare il prelievo dal 3% al 6% previsto dalla vecchia web tax, come previsto da un emendamento presentato (e poi ritirato) dal leghista Giulio Centemero. Ma se la Lega spinge su questo fronte, i Cinque Stelle frenano. Solo qualche giorno fa il vicepremier Luigi Di Maio è andato in Commissione di Vigilanza Rai e ha detto che secondo lui la web tax non andrebbe fatta perché distorce il mercato.

A. Bas.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Poltrone in gioco	
SIBILLA DI PALMA	

Mastropaolo da Vodafone a Fastweb

Fastweb ha nominato Luca Mastropaolo nuovo consumer & small business officer. Mastropaolo ha lavorato in precedenza nell'internal auditing di Vodafone. Giuliano Stronati è il nuovo direttore risorse umane di Arcaplanet, catena specializzata nel pet care. Il manager è stato a capo della funzione Hr in Auchan, gruppo Rinascente e gruppo Migliarini. Novità nella piattaforma ad-tech Adform: Michele Salani ha assunto il ruolo di enterprise sales director, mentre Federico Crivelli è stato nominato platform solutions specialist. Salani è stato sales manager Italy di Sizmek; Crivelli ha ricoperto in precedenza la carica di ad operation specialist in iProspect e Wavemaker. Nicolavito Colaianni ha assunto l'incarico di responsabile dell'ufficio commerciale all'interno della catena alberghiera Club Esse. Colaianni ha lavorato in precedenza in Trenitalia ed Emerald Collection.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Affari in piazza



Novari vende Softyou ai soci di Ambromobiliare

ANDREA GIACOBINO

L' aveva creata nel 2016 appena uscito dalla guida dei telefonini Tre, per creare, gestire e sviluppare piattaforme Internet, Intranet e mobile, oltre ad applicazioni per i vari device. Ora Vincenzo Novari ha deciso di vendere la sua creatura Softyou e con lui hanno ceduto tutti gli altri diciassette azionisti minori, tra i quali Giulio, figlio del manager diventato imprenditore.

A comprare è stata la bergamasca 4Media presieduta da Claudio Mosso, che è anche azionista della società con il 20%, mentre il resto del capitale è diviso in parti uguali fra Corinna zur Nedden e Giovanni Battista Natali, entrambi soci della merchant bank Ambromobiliare, quotata in Borsa.

Non si è trattata di una cessione dai valori "monstre": per rilevare il 100% di Softyou, 4Media ha corrisposto ai venditori una cifra complessiva di circa 300 mila euro, di cui 237 mila sono finiti alla Nhc Holding & Consulting di Novari, in quanto titolare dell'80% circa del capitale di Softyou.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Vincenzo Novari
Nhc Holding

