

Rassegna del 01/07/2019

| | | | | |
|------------------------------------|----|--|-----------------------------------|----|
| L'Economia del Corriere della Sera | 44 | Poste ingrana la quinta (app) | Petrucciani Gabriele | 1 |
| L'Economia del Corriere della Sera | 20 | La stanza dei bottoni - Il fintech fa i conti con Libra | Cinelli Carlo - De Rosa Federico | 3 |
| L'Economia del Corriere della Sera | 21 | Gli allibratori La criptovaluta di Mark Chi ci guadagna? | Cometto Maria_Teresa | 4 |
| L'Economia del Corriere della Sera | 45 | N26 all'attacco: «Mezzo milione di clienti in Italia» | Puato Alessandra | 6 |
| L'Economia del Corriere della Sera | 9 | Le novità vere e quelle mascherate | Caselli Stefano | 7 |
| Foglio Inserto | 1 | L'azzardo finanziario della Silicon Valley | Pitruzzella Giovanni | 8 |
| Repubblica Affari&Finanza | 28 | L'analisi - E-book, il libro digitale attende ancora il suo iPod | Assante Ernesto | 11 |
| Italia Oggi Sette | 6 | Nuove tecnologie - Il Piano traina l'industria 4.0 | Iadarola Sabrina | 14 |
| Repubblica Affari&Finanza | 51 | Rapporti Innovazione - Investimenti in pubblicità il segreto è il lago dei dati | Frollà Andrea | 17 |
| Messaggero | 15 | Dall'industria allo stadio la Cina è pronta con il 5G | Malfetano Francesco | 18 |
| Stampa | 25 | Una riforma digitale per innovare il legame fra Stato e cittadini - Una riforma digitale per innovare il legame Stato-cittadini | Castelli Laura | 20 |
| L'Economia del Corriere della Sera | 2 | L'Italia reale attrae investimenti l'Italia politica no - Investimenti esteri sì o no? Italia bipolare | de Bortoli Ferruccio | 21 |
| Repubblica Affari&Finanza | 1 | Classe dirigente - Il portale sbarrato - Il portale del turismo è ancora sbarrato | Rizzo Sergio | 24 |
| Corriere della Sera | 17 | Dataroom - Privacy e Agcom I nomi, i dubbi - Privacy e Agcom Le nomine, i dubbi | Gabanelli Milena - Ravizza Simona | 26 |
| Repubblica Affari&Finanza | 7 | Affari in piazza - Scorza verso la Privacy se non si rinvia a settembre | Carli Stefano | 29 |
| Repubblica Affari&Finanza | 29 | Netflix, Spotify e l'insostenibile noia degli algoritmi | D'Alessandro Jaime | 30 |
| Repubblica Affari&Finanza | 16 | Olanda paradiso delle spa: il Dutch Sandwich che piace alle holding - Olanda paradiso delle spa quel Dutch Sandwich che piace alle holding | Livini Ettore | 31 |
| L'Economia del Corriere della Sera | 12 | Cdp, Eni e le altre: dalle aziende di Stato 4 miliardi al Tesoro - I «bancomat» del Tesoro fruttano 4 miliardi | Puato Alessandra | 35 |
| ESTERA | | | | |
| Washington Post | 1 | Il Chrome di Google è diventato un software di sorveglianza | Fowler Geoffrey_A. | 38 |

Poste ingrana la quinta (app)

Salgono a cinque le applicazioni del gruppo che spinge sull'innovazione. L'ultima è dedicata al personale

di **Gabriele Petrucciani**

Poste Italiane, l'azienda partecipata da Tesoro e Cdp, quotata in Borsa (+32% negli ultimi sei mesi, dati al 27 giugno scorso), sta diventando sempre più digitale. Non solo nel rapporto con il cliente, ma anche in quello tra i dipendenti. Per questo lancia nuove applicazioni da scaricare sul cellulare.

L'ultima — la quinta — è NoidiPoste, per favorire la comunicazione e la connessione del personale. Fornisce ai dipendenti servizi e informazioni di lavoro, o utili per il tempo libero, in mobilità e in tempo reale. Sull'applicazione saranno gradualmente trasferite tutte le funzioni e i servizi già disponibili sulla intranet aziendale.

«È una soluzione nel sentiero d'innovazione che percorriamo da 157 anni, attraverso la diffusione di strumenti sempre più accessibili — dice l'azienda guidata dall'amministratore delegato Matteo Del Fante —. Un passo che ribadisce la vocazione digitale di Poste Italiane. Siamo un'azienda contemporanea e in linea con i bisogni, le esigenze, le abitudini e i costumi degli italiani».

L'app NoidiPoste può essere scaricata dallo store sia di iOS sia di Android (è possibile fare il download anche attraverso il QR code disponibile sulla intranet). È solo l'ultima delle applicazioni firmate da Poste Italiane, che da anni ha avviato il processo di digitalizzazione con il lancio di app per cittadini e clienti che consentono di accedere ai servizi postali e finanziari. In particolare, con le applicazioni BancoPosta, App Postepay e Ufficio Postale, è possibile fare da smartphone e tablet numerose operazioni in mobilità.

Per il cittadino

Attraverso le prime due app è possibile controllare il saldo e i movimenti del conto corrente Bancoposta e delle Postepay, oppure gestire buoni e libretti, consultare le informazioni sui propri prodotti di risparmio postale, fare operazioni online (se abilitati) e sottoscrivere direttamente nell'app nuovi Buoni

di risparmio tramite Libretto smart o Conto BancoPosta.

Oltre a pagare i bollettini con la fotocamera, inviare denaro e ricaricare sim e Postepay. Tutte operazioni che vengono autorizzate mediante codice di sicurezza «PosteId» o impronta digitale. La funzione «Le tue spese», poi, consente di vedere i movimenti sul conto corrente.

L'applicazione Ufficio postale, invece, rivolta a tutti i cittadini, consente di prenotare il proprio turno in ufficio postale, cercare l'ufficio più vicino e scegliere la fascia oraria più comoda. Tramite app si può verificare lo stato di una spedizione, prenotare il ritiro di corrispondenza e pacchi, pagare i bollettini, spedire raccomandate, telegrammi e lettere (e qui entra in gioco Uppy).

Infine, PosteID è l'applicazione ufficiale dell'identità digitale di Poste Italiane e consente di accedere sia ai servizi online di Poste sia a quelli della pubblica amministrazione e dei privati aderenti al Sistema pubblico d'identità digitale (Spid).

Per i dipendenti

Per i dipendenti, invece, c'è appunto l'app NoidiPoste. Per accedere è sufficiente inserire le credenziali utilizzate per la intranet (rete aziendale privata) da web e successivamente attivare l'accesso con impronta digitale o «face ID», se il dispositivo è in possesso di queste funzionalità. L'applicazione consente la consultazione della rubrica, con le informazioni di contatto relative ai colleghi, la lettura del cedolino e dei messaggi presenti nello spazio «Il mio cedolino-comunicazioni» della intranet aziendale e permette anche la gestione delle trasferte di lavoro, oltre a poter segnalare i giorni di assenza per malattia.

E ancora, è possibile accedere alle news aziendali e al servizio di notifica, che avverte della pubblicazione di notizie delle categorie che il dipendente ha selezionato; c'è anche una sezione che permette ai dipendenti in possesso dei requisiti di prenotare le case vacanza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I principali indicatori di Poste Italiane

Dati al 31.12.2018

**134.360**
Dipendenti**1,4 milioni**
Clienti giornalieri
uffici postali

Utile netto

1.399
milioni
di euro**12.812**
Uffici postali**514** miliardi di euro
Attività finanziarie totali**1.499** milioni di euro
Risultato operativo**10,9** miliardi di euro
Ricavi totali

Fonte: elaborazione SACE su dati Un Comtrade

L'Ego - Hub

**Poste Italiane**

Matteo Del Fante,
amministratore delegato
di Poste Italiane
(in Borsa più 32%
in sei mesi)

La stanza dei bottoni

PROTAGONISTI & INTERPRETI

Il fintech fa i conti
con Libra

a cura

di **Carlo Cinelli**

e **Federico De Rosa**

Il lancio di Libra rischia di stravolgere il mondo della criptovalute, ma anche il fintech dovrà fare i conti con Mark Zuckerberg. Una prima occasione la offre Milano Finanza Digital Week che dall'8 al 10 luglio racconterà come funziona un mondo senza soldi (fisici). A discuterne nella sede di Banca d'Italia a Milano nella conferenza inaugurale saranno il padrone di casa, **Giuseppe Sopranzetti**, direttore della sede milanese di Bankitalia, e i protagonisti della rivoluzione dei pagamenti digitali, tra cui il ceo di Nexi, **Paolo Bertoluzzo**, di Infocert, **Danilo Cattaneo**, di Staispay, **Alberto Dalmaso**, di Fabrik

(B a n c a Sella) **Paolo Zaccardi** e il direttore generale di Cbi, **Liliana Fratini Passi**.

Liliana Fratini Passi
Direttore generale
del Cbi, il think tank
dell'Abi
per l'innovazione



La nuova moneta di Facebook parte col piede sbagliato. E basata sulla tecnologia blockchain, ma non è così democratica perché è controllata dai suoi fondatori, di cui non è chiaro il potere. Inoltre è garantita da riserve investite in titoli di Stato, la cui gestione può provocare rischi sistemici sui mercati finanziari

GLI ALLIBRATORI

LA CRIPTOVALUTA DI MARK CHI CI GUADAGNA?

di **Maria Teresa Cometto**

C'è da fidarsi di Libra ovvero della criptovaluta inventata da Facebook? È la domanda che tutti si sono posti dopo il recente annuncio della nascita della nuova iniziativa del social network di Mark Zuckerberg.

Prima che Libra veda davvero la luce — l'anno prossimo, nelle intenzioni dei promotori, fra i quali si contano anche le emittenti di carte di credito Visa e Mastercard e il sistema di pagamenti online PayPal — il progetto dovrà passare al vaglio delle varie autorità di controllo. Quelle degli Stati Uniti e dell'Europa hanno già promesso un severo scrutinio.

I punti da chiarire infatti sono moltissimi, prima di poter concludere che sì, ci si può fidare. A partire dalle questioni di base: come e da chi è regolata Libra, intesa sia come valuta sia come consorzio che la gestisce? È una banca, una moneta, un fondo Etf o tutto questo insieme?

Le critiche

I primi a criticare il progetto di Zuckerberg e del suo braccio destro nella creazione di Libra, David Marcus (vedere *L'Economia* del 24 giugno), sono stati i puristi della tecnologia blockchain, quella su cui si basa la stessa Libra. Loro denunciano che il sistema di Libra non è davvero decentralizzato e democratico — le caratteristiche fondamentali della blockchain — e probabilmente non lo diventerà mai, come invece promette il «libro bianco» su Libra pubblicato da Facebook.

Blockchain è una catena di blocchi di transazioni visibili a tutti, «approve» dai partecipanti al sistema attraverso un protocollo del consenso. È un sistema aperto, chiunque può parteciparvi se in possesso di un computer e di certe caratteristiche tecniche. Libra invece è controllata dai suoi fondatori: ma quali poteri avranno sul sistema? Potranno vietare l'accesso a certe categorie di utenti? Impedirne l'uso in certi Paesi? Bocciare lo sviluppo di applicazioni?

E fra i fondatori di Libra, davvero Facebook avrà solo un peso uguale a quello di tutti gli altri? O il consorzio è solo un paravento per evitare problemi con l'Antitrust, come sostengono i critici?

Lo scopo di Libra, ha spiegato Zuckerberg, è offrire un'alternativa ai servizi bancari efficiente e a bassis-

simo costo, per chi non ha accesso a un conto corrente, in particolare nel Terzo mondo. Con Libra si potranno effettuare pagamenti e trasferimenti di denaro via telefonino come si inviano messaggi via WhatsApp o Messenger (due sistemi della famiglia Facebook) o con altre app.

Però molti di quelli senza un conto corrente nel Terzo Mondo non hanno neppure uno smartphone, fanno notare i critici. E negli Stati Uniti oltre la metà di chi non ha accesso ai servizi bancari è in questa condizione perché non ha abbastanza soldi, secondo la Fdic, il fondo federale di garanzia dei depositi.

Inoltre servizi alternativi alle banche via telefonino esistono già, con miliardi di utenti nel mondo, senza bisogno di ricorrere alla blockchain. In Cina per esempio ci sono WeChat Pay e Alipay. In altri Paesi, dall'India al Sudafrica, c'è Mpesa. E in America e altrove funzionano PayPal e Venmo.

Il meccanismo

Un plus di Libra sarebbe il fatto che il suo valore sarà legato a un paniere di valute affidabili e quindi dovrebbe essere stabile, non volatile come quello dei Bitcoin e di altre criptovalute; inoltre sarà garantito da riserve liquide. Il meccanismo è questo: quando un utente vuole scambiare i suoi soldi con la valuta Libra — per effettuare poi pagamenti o trasferimenti di denaro —, vengono create tante unità di Libra quante ne vale la somma da scambiare. Il valore equivalente viene immesso nelle riserve. Viceversa, quando un utente vuole riscattare le sue Libra, incassa il denaro contante, preso dalle riserve e le relative Libra sono «distrutte». L'ammontare delle riserve dipende quindi da quante Libra sono in circolazione. Ma questo comporta due tipi di problemi.

Il primo è che le riserve devono essere «sicure»: secondo il «libro bianco» saranno investite solo in titoli emessi da Stati o entità con basse probabilità di fallimento. Se Libra avesse un grande successo, aumenterebbe moltissimo la richiesta di quei titoli,



con un forte impatto sui tassi di interesse, già oggi negativi nel caso per esempio dei bund tedeschi.

Il valore

Il secondo problema riguarda chi gestisce le riserve, chi le custodisce e chi le controlla. Anche i titoli teoricamente a «rischio zero» in realtà possono fluttuare di valore, come ben sanno i gestori professionali di patrimoni. E se le riserve di Libra diventano ingenti, la loro gestione sarà una faccenda delicatissima per la liquidità dei mercati finanziari globali. Oltretutto i fondatori di Libra hanno il diritto di incassare i rendimenti degli investimenti delle riserve, al netto delle spese per far funzionare il sistema: ma se vogliono guadagnarci, dovrebbero aumentare il livello di rischio degli investimenti.

E ancora: Libra è una valuta digitale, ma ha bisogno di una rete di rivenditori autorizzati per scambiarla con i contanti degli utenti. Quali garanzie di liquidità daranno questi rivenditori, in particolare nei Paesi del Terzo mondo?

Infine c'è lo scottante tema della privacy, su cui Facebook promette di non ripetere i gravi errori del passato. La sua nuova società Calibra, creata per sviluppare servizi basati su Libra, giura che userà i dati finanziari personali degli utenti per offrir loro altri prodotti solo se gli stessi utenti daranno il permesso.

Resta da vedere quanto chiaro e facile da capire sarà il meccanismo per dare o negare il consenso.

 @mtcometto

© RIPRODUZIONE RISERVATA

E

● Che cos'è

Libra è la valuta virtuale inventata da Facebook, fuori dalle regole bancarie, su cui è scattato a fine giugno l'allarme delle autorità mondiali, dalla Fed al Financial Stability Board che ne chiedono un esame attento. È basata su blockchain e sarà vigilata da un consorzio di cui fa parte la stessa Facebook



Rete

Il fondatore Mark Zuckerberg, presidente e amministratore delegato al 2013 della società che ha lanciato Libra



Ex PayPal

David Marcus: ha sviluppato Libra ed è responsabile di Calibra, la società di Facebook nata per gestire la criptovaluta

Banche alternative

N26 all'attacco: «Mezzo milione di clienti in Italia»

Ha toccato i 450 mila clienti in Italia e conta di arrivare al mezzo milione entro la fine dell'estate N26, la banca diretta e «mobile» tedesca che sta sfidando il sistema tradizionale. Lo dichiara Andrea Isola, ex Bain, general manager per l'Italia da gennaio dell'istituto fondato nel gennaio 2017 da Valentin Stalf e Maximilian Tayenthal con un obiettivo: fare banca dallo smartphone.

«Dopo due anni di piena operatività l'Italia conta circa un sesto degli oltre 3,5 milioni di clienti raggiunti dal gruppo in Europa — dice Isola—. Con Germania, Francia, Uk e Spagna è un mercato centrale per N26. Abbiamo avviato il processo per l'Iban italiano, contiamo di averlo entro settembre». Utile per agganciare altri clienti perché faciliterebbe, per esempio, l'accredito dello stipendio. E, magari, per aprire allo scoperto di conto, oggi possibile in Francia e in Germania.

Con 1.300 dipendenti dichiarati in Europa e sedi a Berlino, Vienna, Barcellona «dove c'è un hub per lo sviluppo dei prodotti», N26 è valutata 2,7 miliardi e fa capo ad Allianz, testa della cordata degli investitori che fra il 2018 e quest'anno vi hanno iniettato mezzo miliardo, e ad azionisti come il fondo sovrano Gic di Singapore, Tencent, il miliardario cinese Li Ka-Shing, grande socio di Wind Tre. Ma non è ancora registrata dalla Banca d'Italia come filiale di un istituto di credito estero, lavora su licenza. È perlopiù

una banca d'appoggio. «Con l'Iban italiano ci aspettiamo di diventare la banca di riferimento per i nostri clienti».

Perciò è in corso l'ampliamento dell'organico, oggi limitato in Italia a meno di dieci persone. «Stiamo costruendo la squadra per l'Italia che sarà divisa tra Milano e Berlino, a regime saremo circa in 150», dice Isola che il 19 giugno ha ritirato il premio Forbes FintechAge per il mobile banking assegnato a N26. È slittato poi, ma resta in programma lo sbarco negli Usa. «Sarà a brevissimo — annuncia Isola—. Diventeremo una banca globale». E poi: «Non vogliamo essere a costo zero, ma a costo trasparente». Difatti oltre al conto senza spese c'è il conto Black a 120 euro l'anno, con servizi legati alla carta di credito come l'assicurazione sui viaggi.

Come una banca tradizionale, appunto. Perché i clienti di N26 sono i giovani, ma non solo. «Il 40% ha più di 35-40 anni», dice Isola. La differenza sta nell'approccio, che è quello di superare i canali tradizionali. Per esempio, l'Atm, con il prelievo di contante alle casse del supermercato, possibile dopo il recente accordo con Pam. «Il 70% dei Millennial preferisce andare dal dentista che in una filiale — dice Isola—. Perciò estenderemo l'intesa ad altri partner del retail, come le librerie». Il prelievo al supermarket è la tendenza anche di altre banche, come Widiba di Mps che l'ha annunciato il 25 giugno.

Alessandra Puato

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ex Bain

Andrea Isola, general manager per l'Italia di N26, la banca diretta tedesca che punta sullo smartphone e sta crescendo in Europa



CREDITO DIGITALE

Le novità vere e quelle mascherate

di **Stefano Caselli**

Non c'è nulla di più immateriale e tecnologico dell'attività bancaria e finanziaria. Ciò nonostante, ogni qualvolta si parli di banca, questo sembra essere un concetto del passato di fronte al nuovo del fintech che avanza. Il tema è in realtà ben più ampio, occorre chiarire cosa sia il «nuovo» e distinguere soprattutto quali fattori siano portatori di novità sane e quali rappresentino un pericolo serio. Il primo punto essenziale del ragionamento è che la domanda della clientela è definitivamente cambiata. La fruibilità digitale dei prodotti rappresenta un paradigma che impone anche alle banche di essere digitali, agili e semplici. La rete di sportelli pesa come un fardello lento da smaltire e, paradossalmente, le banche che non hanno in dote questa eredità possono incidere con successo. Il secondo è la disponibilità enorme di dati del sistema finanziario. Qui la capacità innovativa delle fintech gioca un ruolo determinante nel produrre innovazione con nuovi metodi di pagamento, piuttosto che di trading o di peer-to-peer lending. Ma per avere successo queste iniziative hanno bisogno della scala e della rete di clienti che solo la banca può portare. Non a caso, molte

banche finanziano queste iniziative per poi integrarle nel loro sistema di business. Il terzo è la fiducia. Ogni volta che occorre sviluppare una transazione complessa, che riguardi una scelta importante, il fattore umano rimane essenziale per guidare nel tempo il cliente.

Agilità, uso dei dati, specializzazione e risorse umane sono i codici del successo. Chi ne uscirà vincente? Probabilmente grandi banche globali, player che non sono banca ma sono altrettanto globali e capaci di usare dati e transazioni (da Google ad Amazon) e player agili che sfruttano spazi precisi di mercato o che producono advisory e fiducia. Perderà chi non si riconosce in questo identikit. Ma attenzione ai rischi, mascherati da tecnologia e novità. Crypto valute e valute alternative, come sembra apparire Libra di Facebook, confondono e sfruttano l'utilizzo dell'innovazione lasciando spazio a concetti meno sani e distruttivi: agire al di fuori delle regole, sfuggire alla tassazione, accettare (il bitcoin) che attività illecite convivano tranquillamente con attività lecite. Buonsenso quindi nel volere il «nuovo»: battere moneta più che un balzo in avanti ha invece il fascino di un'iniziativa medioevale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'azzardo finanziario della Silicon Valley

Libra, la moneta virtuale lanciata da Facebook, è il simbolo più vistoso delle ambiguità del capitalismo digitale. Il diritto antitrust deve aggiornarsi. Perché gli innovatori di ieri divenuti i monopolisti di oggi possono bloccare l'innovazione

Internet e le sue piattaforme hanno portato enormi benefici all'umanità, ma i rischi non sono da meno ed è giunto il momento di affrontarli. Questa tendenza ha preso corpo nel contesto, sempre più globale, del diritto antitrust e non per caso: l'antitrust, infatti, si colloca al crocevia tra il mercato, la democrazia e la coesione sociale

L'economia delle piattaforme ha delle proprie peculiarità che spingono al monopolio e alla chiusura dei mercati e non bisogna invocare lo spauracchio dell'"over-enforcement" ma piuttosto renderci conto che quello che va contrastato è l'"under-enforcement" grazie a una rinnovata politica della concorrenza

di Giovanni Pitruzzella

Libra, la moneta virtuale lanciata da Facebook, può diventare il catalizzatore delle preoccupazioni che ruotano attorno al ricco e influente mondo delle piattaforme. Forse per la prima volta, l'annuncio di una rivoluzionaria innovazione da parte di una delle grandi piattaforme di internet non è stata accolta dalla usuale retorica della Silicon Valley sull'accrescimento della libertà e del benessere dei consumatori. Piuttosto ci sono state tante critiche da parte di governatori di banche centrali, think tanks, giornalisti.

A tale proposito, vale la pena di evidenziare che non ci sono soltanto i timori che l'introduzione della nuova moneta virtuale sta sprigionando – e che spaziano dalle conseguenze sulla stabilità finanziaria mondiale, ai rischi di riciclaggio e assenza di trasparenza nei movimenti di capitali, dall'attacco alla residua sovranità finanziaria statale ai possibili pregiudizi per i consumatori – ma libra è il simbolo più vistoso delle ambiguità del capitalismo digitale.

Le grandi piattaforme che animano la rete sono infatti insostituibili strumenti di accrescimento del benessere dei consumatori – perché ampliano enormemente le possibilità di scelta, riducono i prezzi, consentono lo sviluppo di offerte più personalizzate, rendono facilmente accessibile una massa enorme di informazioni, riducono i costi di transazione, forniscono innumerevoli servizi che semplificano la vita di tutti noi – e si sono altresì dimostrate indispensabili per le imprese, specie le più piccole, che intendono raggiungere nuovi mercati e migliorare il loro business. Ma tutti questi vantaggi non possono portare a sottovalutare i rischi che la rivoluzione digitale porta con sé per l'economia, la democrazia e la società. Del resto tutte le rivoluzioni industriali del passato, con i loro disruptive effects, hanno prodotto insieme ai benefici grandi costi sociali, e il compito precipuo del potere pubblico è stato quello di mantenere i benefici e limitare i costi e i rischi prodotti dal cambia-



mento.

Questa sfida si ripete oggi, solo che oggi il cambiamento si verifica con una velocità estremamente più elevata di quella conosciuta dalle rivoluzioni industriali del passato e, per giunta, in un contesto politico e culturale in cui c'è stata quella che Eric Sadin, in un libro recente, ha chiamato la "siliconisation du monde", cioè l'affermazione a livello globale dell'ideologia della Silicon Valley secondo cui attraverso le piattaforme l'umanità raggiungerà un livello di libertà, di benessere e di autonomia individuale impensabile per le passate civiltà.

Ora, però, questo clima sta cambiando e nel mondo si sviluppano varie iniziative che vanno in una direzione ben precisa: internet e le sue piattaforme hanno portato enormi benefici all'umanità, ma i rischi non sono da meno ed è giunto finalmente il momento di affrontarli. Questa tendenza ha preso corpo, in tutto l'Occidente, nel contesto, sempre più globale, del diritto antitrust e non per caso: l'antitrust, infatti, si colloca, fin dal suo esordio con lo Sherman Act, al crocevia tra il mercato, la democrazia e la coesione sociale. Proprio negli Stati Uniti, dove l'intervento antitrust sulle piattaforme digitali è stato assai timido se non inesistente in nome della capacità dei mercati di autocorreggersi (secondo i dettami della scuola di Chicago) e dell'esigenza di evitare che l'intervento pubblico bloccasse l'innovazione che continuamente si produce su internet, abbiamo avuto, negli ultimissimi tempi, un florilegio di iniziative che mirano a introdurre una robusta azione antitrust in considerazione della peculiarità dell'economia delle piattaforme che spinge verso la creazione di nuovi monopoli. Essi difficilmente possono essere scalzati da altri innovatori perché le barriere all'entrata in questi mercati sono praticamente insormontabili (le piattaforme hanno spesso un "bottleneck power"). Non solo, i giganti della rete possono anche fare leva sul potere di mercato che hanno in un settore per espandersi in un altro settore a spese dei concorrenti (il caso Goggle shopping deciso dalla Commissione europea) e inoltre operando, in molti casi, simultaneamente come gestori di un "marketplace" e attori che vendono merci e servizi sullo stesso "marketplace" (vedi Amazon) possono dettare le regole e conformare gli algoritmi della piazza virtuale in modo tale da risultare favoriti rispetto ai concorrenti che vendono merci e servizi analoghi o da discriminare quelle imprese che non utilizzano i servizi accessori forniti dalla piattaforma. Per non parlare del fatto che chi è dominante in mercato entra in possesso di una tale quantità di dati che, nell'"economia dei dati", costituiscono una fonte di potere economico che mette in una condizione di insuperabile svantaggio chi, magari con servizi innovativi, vorrebbe entrare nello stesso mercato.

In fin dei conti, gli innovatori di ieri divenuti i monopolisti di oggi possono bloccare l'innovazione. Ed è proprio in nome della tutela dell'innovazione e degli effetti positivi che essa ha sul benessere dei consumatori, oltre che sulla base delle peculiarità dell'economia delle piattaforme, che il cosiddetto "Stigler Report" (cioè il Rapporto sullo studio delle piattaforme digitali redatto

dal “George J. Stigler Center for the study of the Economy and the State”, dell’Università di Chicago Booth School of Business), appena pubblicato, prospetta di rivedere le interpretazioni e le categorie del diritto antitrust americano per consentire un più robusto intervento nei mercati digitali. Al di là delle tecnicità, la vera rivoluzione copernicana consiste nel passaggio da una fase in cui la cultura economica e giuridica metteva in guardia dai rischi di “over enforcement”, sul presupposto che in mercati dinamici l’intervento antitrust può rilevarsi dannoso perché incapace di cogliere i vantaggi in termini di efficienza e di innovazione di pratiche apparentemente anticoncorrenziali, alla nuova opposta affermazione secondo cui in questi mercati c’è un forte “under-enforcement”. Il diritto antitrust deve aggiornarsi nelle interpretazione per aprire mercati che altrimenti tendono irrimediabilmente a chiudersi.

La medesima filosofia sta prendendo piede in Europa, dove la Commissione europea e le Autorità nazionali hanno condannato in più occasioni i giganti della rete e dove tutt’ora sono pendenti davanti a esse casi importanti, anche se predominano le incertezze sul quadro concettuale di riferimento. In Europa, tra i vari documenti, due in particolare stanno avendo un impatto importante: “Competition policy for the digital era” da poco elaborato per la Commissione europea da tre autorevoli economisti e “Unlocking digital competition” pubblicato nel marzo 2019 dall’Autorità della Concorrenza del Regno Unito. Anche in questi documenti troviamo la stessa premessa: l’economia delle piattaforme ha delle proprie peculiarità che spingono al monopolio e alla chiusura dei mercati e non bisogna invocare lo spauracchio dell’“over-enforcement” ma piuttosto renderci conto che quello che va contrastato è l’“under-enforcement” grazie a una rinnovata politica della concorrenza. In un quadro così vivace e in movimento, l’Autorità antitrust italiana – che è stata tra i “pionieri” nell’affrontare i nodi dei mercati digitali – farà sicuramente sentire la sua voce e perciò dobbiamo ascoltare con grande attenzione quello che il nuovo autorevole presidente dell’Antitrust, Roberto Rustichelli, dirà domani in occasione della sua prima relazione annuale al Parlamento.

Giovanni Pitruzzella, *giurista, dal 2011 al 2018 è stato presidente dell’Autorità garante della concorrenza e del mercato. Dall’ottobre 2018 è avvocato generale alla Corte di giustizia dell’Unione europea.*

L'analisi

E-book, il libro digitale attende ancora il suo iPod

ERNESTO ASSANTE, ROMA

I volumi tradizionali restano i preferiti dei lettori e l'industria cerca di trovare il modello di e-reader in grado di far compiere il definitivo salto di qualità. Come nella musica e nei video

Il mercato degli e-book ha tinte chiare e scure: se da una parte è vero che gli e-book sono ancora un prodotto di nicchia, che vale circa il 10% del fatturato delle case editrici, è vero anche che il mercato della lettura digitale è in costante crescita e che, se si valutano i tempi e i modi della transizione al digitale di altri settori, quello musicale e quello del cinema soprattutto, è facile immaginare che non ci vorrà molto per trasformare questa "nicchia" in una realtà ben più ampia. A spingere verso il cambiamento negli altri mercati è stato soprattutto l'affermarsi da una parte, per la musica, degli smartphone, quindi di uno strumento attraverso il quale la musica digitale trovava il suo nuovo "supporto" che andava a sostituire il "vecchio" disco, per il cinema invece l'emergere di un formato, quello della serialità, che era naturalmente portato ad essere consumato on demand, quindi attraverso piattaforme nuove come quelle di Netflix o Amazon. Per i libri ancora non è così.

LA CARTA È PIÙ PORTATILE

Se è vero che si legge poco, che la carta sta perdendo peso nelle abitudini dei cittadini del nuovo millennio, è pur vero che il libro resta un "supporto" di grande efficacia, comodo, portatile, senza bisogno di cavi elettrici, collegamenti a Internet o batterie cariche. Il libro "resiste", dunque, all'avanzata del digitale, anche perché gli e-book reader, i device che ci consentono di leggere libri elettronici, ancora non hanno

fatto completamente breccia nel cuore dei lettori.

L'offerta di e-book da parte degli editori è molto cresciuta negli ultimi anni, siamo arrivati ad avere in formato digitale circa il 40% dei libri pubblicati in Italia nello scorso anno, cifra che arriva oltre il 70% se si guarda ad un mercato come quello dei libri scolastici. Certo, il 40% è ancora poco, significa che poco più di un libro su tre di quelli che escono durante l'anno come novità ha il suo corrispettivo e-book, il che, in un mercato dove già si legge poco, non aiuta.

Ciononostante i lettori digitali sono in costante crescita, anzi l'Italia, e questo potrebbe sorprendere molti, è uno dei paesi dove l'e-reading sta crescendo di più. Secondo la annuale ricerca Rakuten Kobo sull'e-Reading, l'Italia è al quarto posto nella classifica mondiale come consumo di libri digitali e al terzo, dietro Canada, Olanda e Francia, come ore di lettura. Dati notevoli in un paese che, come ci dicono i dati Istat, solo il 40% degli italiani con più di sei anni ha letto almeno un libro nello scorso anno. Numeri che potrebbero cambiare, soprattutto se si pensa che la lettura e il download di libri online e e-book sono in crescita soprattutto tra i giovani tra 15 e 24 anni. Molti sono alla ricerca di formati e piattaforme che spingano i lettori verso gli e-book, e dal punto di vista dei contenuti a muoversi con maggiore vivacità è ovviamente Amazon, che ha interesse sia nella vendita dei libri, che degli e-book, che dei device per leggerli, sotto marchio Kindle. Oltre al già noto Kindle Unlimited, che permette, con un abbonamento mensile, di accedere a 30.000 titoli, una sorta di "streaming" dei libri che permette anche, quindi, di poter leggere testi anche solo per curiosità o solo in parte, da qualche tempo è disponibile, per gli abbonati al servizio Prime, Amazon Prime Reading, con un numero più limitato di libri ma disponibili senza costi aggiuntivi, come Prime Video per i film e le serie.

L'estate è uno dei periodi dell'anno in cui si legge di più, complici le vacanze, ed è anche, quindi, una del-

le stagioni in cui si vendono di più gli e-book reader, non foss'altro perché partendo per le vacanze contribuiscono non poco a ridurre il peso dei bagagli. Ovviamente per leggere gli e-book basta avere uno smartphone, e scaricare le app dedicate alla lettura degli e-book. Lo schermo del cellulare non è, comunque, il modo migliore per leggere, e decisamente meglio è utilizzare i tablet, che hanno schermi di dimensioni più che sufficienti per consentire una lettura adeguata.

I MODELLI

Ovviamente i risultati migliori si hanno con le macchine dedicate, gli e-book reader, e qui c'è qualche novità che vale la pena segnalare, a partire dall'ultimo modello di punta di Amazon, il Kindle Oasis, con un display da 7 pollici con tecnologie e-ink e Paperwhite e una risoluzione di 300 pp, e la novità di un sistema che consente all'occorrenza di regolare la tonalità della luce, da bianco ad ambra, così da non affaticare la vista in ogni condizione di luminosità. Sono inoltre presenti i pulsanti VoltaPagina posizionati in modo da consentirne l'utilizzo con una sola mano. Resistente all'acqua, con un peso di circa 188 grammi e un'autonomia dichiarata di sei settimane, Kindle Oasis arriva con 8 o 32 giga di memoria e la connettività WiFi e, volendo, 4G. L'alternativa più nota al Kindle è il Kobo Aura H20, con 8 GB di memoria e uno schermo touch da 6.3 pollici, ma soprattutto la possibilità di leggere 14 formati diversi di e-book, flessibilità decisamente molto comoda. C'è poi il Boox Note, che integra un pennino digitale Wacom, per prendere appunti o sottolineare, ha uno schermo molto ampio da 10.3 pollici e una grande autonomia.

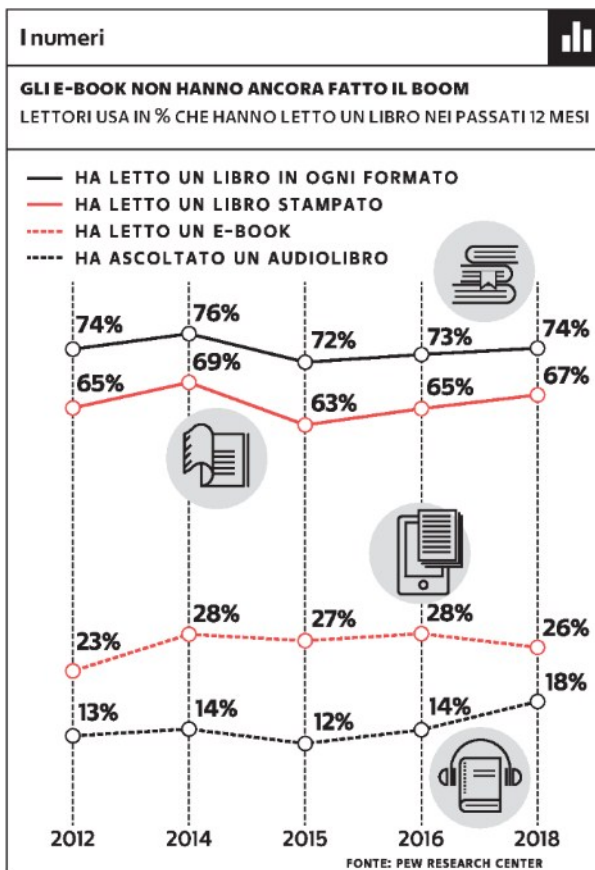
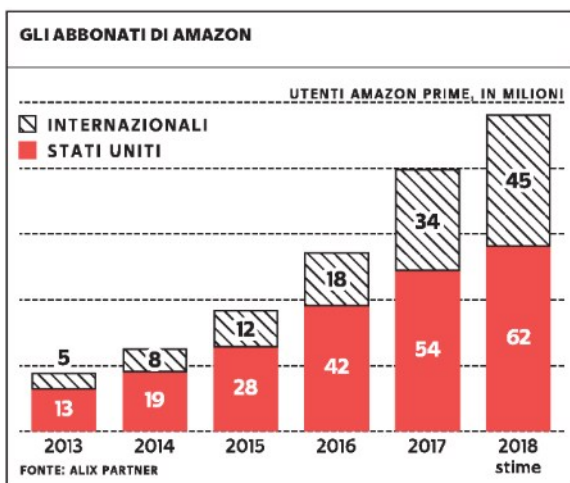
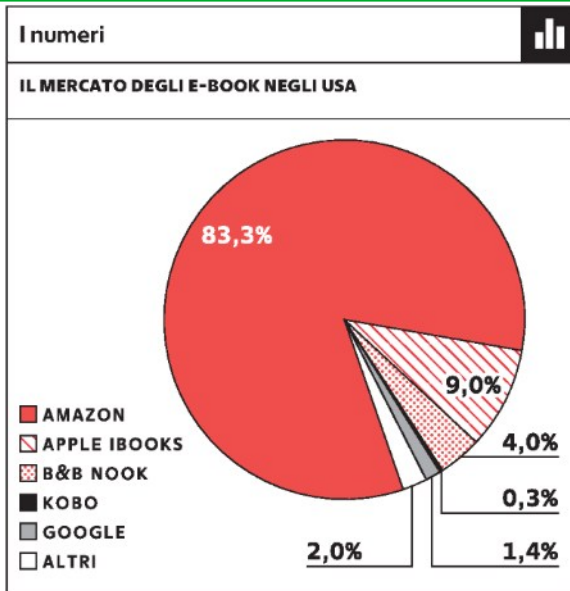
© RIPRODUZIONE RISERVATA



I MIGLIORI E-BOOK READER PER IL 2019



1. Kindle Paperwhite e-Book
2. Kindle e-reader
3. Kindle Oasis e-reader
4. Kobo Aura ONE.
5. Kindle Voyage e-reader
6. Kobo Aura H2O.
7. Kobo Clara HD lettore e-Book
8. Book note 10.3
9. Likebook Mars e-reader
10. Boox Novapro 7.8





EVA-KATALIN/GETTY

Nuove tecnologie - Il Piano nazionale traina l'industria 4.0 e il mercato schizza a 3,2 miliardi. Emerge dall'Osservatorio della School of management del PoliMi

Iadarola a pag. 6

Dall'Osservatorio della School of management del PoliMi: il mercato raggiunge 3,2 mld

Il Piano traina l'industria 4.0

Tra le tecnologie più diffuse l'IoT, pari al 60% del totale

Pagina a cura
DI **SABRINA IADAROLA**

Tra soluzioni IT, componenti tecnologiche destinate a processi produttivi tradizionali e servizi collegati, il mercato di industria 4.0 in Italia nel 2018 ha superato i 3 miliardi di euro (3,2 per l'esattezza). Un valore di cui nell'82% è stato realizzato verso imprese italiane e il resto si è concentrato sull'export di progetti, prodotti e servizi. In crescita del 35% rispetto all'anno precedente, trainato dai frutti degli investimenti effettuati nel 2017 (e fatturati nel 2018) sulla spinta del Piano nazionale industria 4.0, +140% se si considerano gli ultimi quattro anni, a cui va aggiunto un indotto di circa 700 milioni di euro in progetti «tradizionali» di innovazione digitale (circa 300 milioni in più dell'anno precedente). Stando alle previsioni tracciate dall'Osservatorio industria 4.0 della School of management del Politecnico di Milano per il 2019, in base ai risultati del primo trimestre, si stima un rallentamento della crescita, che si dovrebbe attestare attorno al +20-25%. Dal punto di vista delle tecnologie, le più diffuse sono IT, in particolare l'Industrial IoT (ovvero la componentistica per connettere i macchinari alla rete) con un valore di 1,9 miliardi di euro, che equivale al 60% del mercato. Seguono Industrial analytics, con 530 milioni di euro (17% del mercato, +30%), e cloud manufacturing con 270 milioni di euro (8%, +35%). Ma è l'Advanced human machine interface che segna la crescita più robusta (+50%, 45 milioni di euro) mentre l'ultima fetta del mercato è costituita da attività di consulenza e formazione legate a progetti industria 4.0:

220 milioni di euro (+10%), un dato inferiore alle aspettative che evidenzia come ci sia ancora molto da fare sul fronte delle competenze. «Molti investimenti e progetti di digitalizzazione industriale avviati nel 2017 sulla spinta del Piano nazionale industria 4.0 sono stati fatturati nel 2018 accelerando l'espansione del mercato, che è più che raddoppiato negli ultimi quattro anni», spiegano **Alessandro Perego, Andrea Sianesi e Marco Taisch**, responsabili scientifici dell'Osservatorio industria 4.0. «La consapevolezza e la conoscenza delle tecnologie 4.0 sono ormai diffuse in tutte le realtà produttive del Paese, ma per cogliere tutte le opportunità offerte da questa rivoluzione è necessario definire con chiarezza un ruolo che guidi il cambiamento digitale e affiancare alle nuove tecnologie un modello organizzativo capace di coinvolgere i lavoratori, gli utilizzatori finali delle tecnologie, in tutte le fasi dei progetti 4.0». Molte imprese italiane hanno iniziato il percorso di evoluzione digitale e la grande maggioranza ha consapevolezza della discontinuità rappresentata dalla trasformazione 4.0. Sulla base della indagine condotta dall'Osservatorio industria 4.0 su 192 imprese (153 grandi aziende e 39 pmi), l'80% ritiene che industria 4.0 sia una rivoluzione che porterà cambiamenti radicali con grandi potenzialità ancora da esprimere, solo il 20% la considera soltanto un'evoluzione di quanto già avviato negli anni precedenti. Appena un'azienda su tre, però, ha effettuato una valutazione della propria preparazione digitale, il 54% è interessato a farlo in futuro, mentre il 14% non lo ha fatto e non ha intenzione di farlo. Dall'analisi dello stato

dei progetti di industria 4.0 di circa 600 aziende attraverso lo strumento del Dreamy (Digital readiness assessment maturity model) dell'Osservatorio industria 4.0, che valuta la maturità digitale dei processi in termini di capacità di esecuzione, monitoraggio e controllo, organizzazione e utilizzo di tecnologie Ict, è risultato che la maturità digitale delle grandi aziende è maggiore rispetto alle pmi in ogni dimensione e in ogni processo analizzato, con uno scostamento di almeno 0,5 punti su una scala di cinque livelli di maturità. Nelle pmi, il controllo (la capacità di prendere decisioni) è la dimensione strutturalmente più debole, seguita dalla tecnologia, ossia la capacità di impiegare le tecnologie digitali nell'esecuzione e gestione dei processi. Il processo meno sviluppato è la manutenzione, con capacità di gestione debole o assente in alcuni casi. «I dati mostrano come poche imprese stiano affrontando la rivoluzione 4.0 con un approccio sistemico che guardi contemporaneamente alle soluzioni tecnologiche e al modello organizzativo, e sono ancora una minoranza quelle che valutano adeguatamente l'impatto delle scelte tecnologiche», sottolinea **Raffaella Cagliano**, professore ordinario di People Management and Organization, Politecnico di Milano. «Questo potrebbe rappresentare una potenziale zavorra sulla via del percorso



4.0 delle aziende italiane, che può limitare il pieno e rapido raggiungimento dei benefici non solo per le performance aziendali, ma anche per l'arricchimento degli operatori».

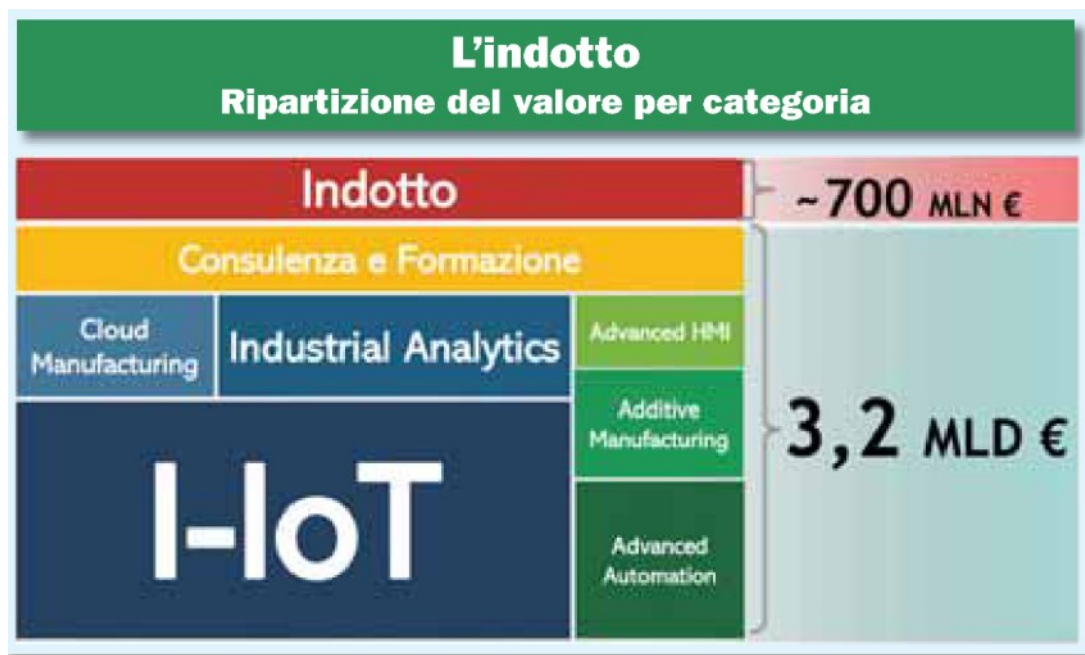
—© Riproduzione riservata—■

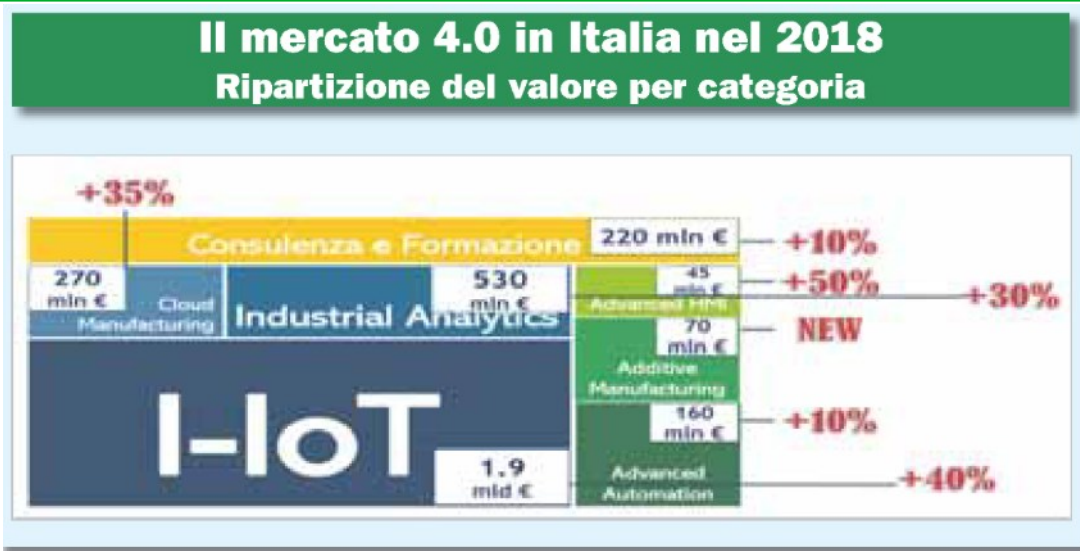
La vera sfida passa dalle risorse umane

Il mercato italiano dell'industria 4.0 corre sempre più veloce, ma per continuare a crescere e consolidarsi è necessario coinvolgere i dipartimenti Hr e i lavoratori nella progettazione e nello sviluppo delle soluzioni. È attraverso le risorse umane che si attua la vera sfida, perché gli utilizzatori finali delle tecnologie sono i lavoratori. Solitamente il promotore delle iniziative 4.0 è un top manager (43,8% del campione) o direttore di produzione o stabilimento (35,4%). La funzione R&D è coinvolta soprattutto nello sviluppo del progetto. La funzione Hr, invece, partecipa in pochissimi casi alle varie fasi: solo nel 6,8% è stata coinvolta in tutti gli step, nel 27,1% è solo informata dell'avvio del progetto, nel 23,4% non ha avuto un ruolo in nessuna attività. Anche il coinvolgimento degli operatori è limitato: solo il 7,8% delle aziende li ha coinvolti in tutte le fasi del progetto 4.0, il 25% non ha affidato nessun ruolo. Ma addirittura solo nel 26,6% dei casi gli operatori sono stati informati della strategia 4.0. Questo ne ostacola il processo di sviluppo ma talvolta lo scarso coinvolgimento delle risorse umane è strettamente alla carenza di competenze. Ed è lì che bisogna incidere. Oltre la metà delle imprese si è attivata per identificare le carenze di competenze 4.0 e avviare interventi

necessari a colmarle. Circa tre su dieci le giudicano adeguate e altrettante stanno lavorando per migliorarle. La decisione di valutare le competenze vede una forte partecipazione degli imprenditori e top manager (74%) e dei responsabili dei progetti 4.0, soprattutto nelle fasi di promozione, definizione degli obiettivi e modalità di valutazione (44%). Gli Hr manager rimangono sullo sfondo e acquisiscono importanza solo nella fase di implementazione, confermando la difficoltà a giocare un ruolo più strategico nel percorso di trasformazione 4.0. Strategie sono le collaborazioni esterne all'azienda con università, centri di innovazione, Its, che la metà delle aziende giudica efficaci. Fra le competenze prioritarie figurano quelle dei processi della smart factory e della smart supply chain, nonché l'innovazione di strategia e modello di business abilitata da industria 4.0. «Nel complesso», commenta Sergio Terzi, direttore dell'Osservatorio industria 4.0, «emerge il quadro di un tessuto industriale più consapevole dell'ampiezza del divario da colmare, deciso nell'attivare le risorse disponibili per formare le competenze più rilevanti, ma in larga misura ancora nella fase di definizione di una chiara strategia sulle competenze di industria 4.0».

—© Riproduzione riservata—■





Rapporti *Innovazione*

Il sistema

Investimenti in pubblicità il segreto è il lago dei dati

ANDREA FROLLÀ, ROMA

Dalla collaborazione tra l'associazione che riunisce le aziende e alcuni grandi marchi è nata Nessie, piattaforma di condivisione

Garantire la trasparenza dei ruoli oltre che degli investimenti, valorizzare i dati di proprietà esclusiva delle singole aziende e assicurare la qualità delle informazioni raccolte, stimolando un processo continuo di condivisione in grado di rendere più competitivi i brand che ogni giorno lottano nell'arena del marketing e della comunicazione. È un biglietto da visita originale quello che ha accompagnato il battesimo del "lago dei dati" da parte dell'Upa. E probabilmente è stata proprio l'originalità del progetto firmato dall'associazione Utenti Pubblicità Associati a convincere alcune grandi realtà della necessità di una nuotata digitale fuori dagli schemi.

Dalla collaborazione tra l'associazione che riunisce gli investitori italiani in pubblicità e comunicazione e alcuni grandi marchi di settori differenti è nata Nessie (Next gEneration System for Strategic Insights), una piattaforma di condivisione dati che ha già accolto la prima applicazione concreta: un "data lake" (lett. "lago di dati") in cui le aziende faran-

no confluire i dati raccolti sui propri siti o altrove tramite i cookie e le campagne. Il valore aggiunto del lago non sarà tanto nell'utenza esclusiva di ogni azienda, che continuerà ad essere tale salvo diverse intenzioni di collaborazione, quanto negli utenti in comune. Mettendo insieme le informazioni su età, sesso, posizione e soprattutto interessi dell'utente X raccolte da diverse aziende, ciascuna di esse avrà accesso a un database di informazioni sullo stesso utente X decisamente più ricco di quello che avrebbe operando in solitaria.

Il sistema sviluppato dall'Upa con il supporto tecnologico di Neodata Group (società italiana specializzata in tecnologie di analisi dati con uffici a Milano, Catania, Madrid, Los Angeles) ha già spinto alcuni gruppi nazionali e non a indossare pinne e maschere digitali: da Henkel a Bolton, da Nestlé a Perfetti, da Piaggio a Valsoia. E per alcune delle aziende aderenti si tratta di un primo passo nel mondo delle piattaforme per il cosiddetto "data management", cioè per la gestione dei dati tramite pubblicità profilata, siti personalizzati, marketing diretto e business intelligence. Ovviamente l'Upa punta ad allargare la squadra, anche solo per una mera questione di massimizzazione dei risultati. Il progetto testimonia in ogni caso la volontà di riconquistare la leadership dello sviluppo del business basato sui dati e di investire su modelli innovativi di marketing online. Un doppio obiettivo che nell'era della convergenza dei canali fisici, digitali e ibridi appare quasi obbligato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Focus

COS'È NESSIE

Nessie (Next gEneration System for Strategic Insights), è una piattaforma di condivisione dati che ha già accolto la prima applicazione concreta: un "data lake" in cui le aziende faranno confluire i dati raccolti sui propri siti o altrove tramite i cookie e le campagne. Per alcune aziende si tratta di un primo passo



Al "Mobile world congress" di Shanghai le aziende orientali hanno presentato diverse applicazioni della nuova banda ultra-larga Da quella che permette di scegliere da quale angolazione vedere un evento sportivo al controllo diffuso di un processo produttivo

Dall'industria allo stadio la Cina è pronta con il 5G

SPERIMENTATI INNOVATIVI SISTEMI DI MONITORAGGIO DELLE BICI ELETTRICHE PER RICAVARE NUOVE INFORMAZIONI ANCHE SULLA VIABILITÀ LO SCENARIO

SHANGHAI

Se davvero qualcuno è preoccupato che gli scontri tra Usa e Cina possano ritardare l'arrivo del 5G nelle nostre vite, in questi giorni non si trova a Shanghai. «Qui stiamo guardando al futuro ed è più vicino di quanto si possa immaginare» dice Leng Zhou, giovane ingegnere cinese nato proprio nella città più popolosa del mondo dove si è appena conclusa la versione orientale del Mobile World Congress 2019. Vale a dire di quella che a livello mondiale è la più importante fiera dedicata alla telefonia mobile.

Una tre giorni (dal 26 al 29 giugno) quasi interamente riservata a mostrare possibilità e applicazioni della nuova banda ultra-larga. Tra gli stand allestiti nelle sette sale dello Shanghai New International Expo Centre - proprio mentre a poco più di mille chilometri, in Giappone, la stretta di mano tra Donald Trump e Xi Jinping al G20 riapriva i negoziati su dazi e bandi - le aziende orientali hanno dimostrato di essere pronte a guidare l'implementazione del 5G in ogni settore.

Ad esempio Zte, il colosso cinese che ha eletto Roma e L'Aquila proprie centrali operative in Europa, tra decine di esempi applicativi ha presentato il proprio servizio "5G Live Tv". Un modo nuovo di assistere agli eventi sportivi che, come so-

stengono alcuni degli addetti ai lavori dell'azienda presenti a Shanghai, renderà «le Olimpiadi invernali di Pechino del 2022 la prima grande manifestazione sportiva in 5G».

IL CIBO

Il sistema permetterà ai tifosi presenti allo stadio di «interagire in diretta con l'evento in questione attraverso uno smartphone» spiegano. Ci si potrà confrontare con altri utenti, cercare statistiche degli atleti, ordinare del cibo o soprattutto scegliere di guardare una certa porzione di campo selezionando una delle telecamere a disposizione. Una possibilità che fino ad oggi era irrealizzabile a causa dell'eccessivo ritardo che le immagini trasmesse avrebbero avuto rispetto all'evento live. La bassa latenza del 5G però, permette di ridurre i tempi di ricezione a meno di un battito di ciglia (circa 10 millisecondi) e quindi, ad esempio, di inquadrare solo il nostro corridore preferito mentre siamo nella tribuna opposta rispetto alla competizione. Una piccola rivoluzione che Zte, grazie agli oltre 3000 ricercatori al lavoro in tutto il mondo, ha affiancato ad altre innovazioni che cambieranno la vita non solo dei tifosi ma anche di operai o studenti.

I CICLISTI

Dalle sperimentazioni con visori XR (sfruttano sia la realtà aumentata che la realtà virtuale) che rendono possibile immergersi in un luogo per studiarlo a fondo fino all'utilizzo di telecamere e televisori 8k che grazie alle immagini in altissima qualità trasmesse senza alcun ritardo, permettono di controllare in maniera diffusa un processo industriale. Altra attesa protago-

nista a Shanghai è Huawei, premiata dall'MWC per il suo sistema di gestione delle biciclette elettriche nella città di Zhengzhou. L'azienda, insieme all'operatore China Mobile e all'amministrazione locale, ha realizzato dei sensori NB-IoT - lo standard che consente di collegare oggetti di uso quotidiano a Internet of Things - per raccogliere e sfruttare i dati provenienti dai ciclisti.

GLI INCIDENTI

In pratica ricavano in tempo reale informazioni su superficie stradale, rallentamenti, incidenti o imprevisti di ogni genere, consentendo agli amministratori di intervenire in caso di problemi. Ma il tandem Huawei - China Mobile ha anche mostrato in diretta un intervento chirurgico telerilevato attraverso il 5G. Una dimostrazione di come sia possibile operare a distanza eseguita da Antonio de Lacy, Direttore del Servizio di Chirurgia Gastrointestinale della Clinica Ospedaliera di Barcellona, su un paziente su uno dei tavoli operatori dell'Ospedale Est di Shanghai. Durante la manifestazione hanno anche trovato spazio il primo computer portatile 5G realizzato da Lenovo e Qualcomm, una serie di dispositivi già pronti alla banda ultra-larga (soprattutto visori e smartphone) e delle innovazioni dedicate ai consumatori.

Francesco Malfetano

© RIPRODUZIONE RISERVATA



3 domande

1 CI SONO NOVITÀ PER IL CALCIO?

Live Tv, lo stadio si vive in modo nuovo. Il 5G fa seguire con varie angolazioni il gioco in campo sullo smartphone.

2 QUAL È L'AUTO PER LE AZIENDE?

Industria 8k: grazie alle immagini nitide e alla velocità di trasmissione si controllano i processi industriali.

3 CHE COSA È L'NB-IoT?

È lo standard che consente di collegare oggetti quotidiani all'Internet of Things.



Lo stand di Zte al Mobile World Congress di Shanghai: qui è stato presentato il nuovo modo di guardare lo sport.

Una riforma digitale per innovare il legame fra Stato e cittadini

LAURA CASTELLI - P. 25

UNA RIFORMA DIGITALE PER INNOVARE IL LEGAME STATO-CITTADINI

LAURA CASTELLI*

Caro Direttore, vorrei raccontarle cosa significa essere una millennial al Governo. La mia generazione è figlia della comunicazione istantanea, dell'apprendimento collettivo e delle comunità on-line. Entrata nei ministeri ho avuto l'impressione che i pc venissero usati come macchine da scrivere o armadi per archiviare. Non era un uso integrato della tecnologia per migliorare le performance. Sembrava nessuno conoscesse le potenzialità che gli ipertesti, il web semantico, l'analisi dei big data e le tecnologie attuali potessero offrire. Quella sensazione mi fece riflettere. Le norme, anche le più recenti, si basano su presupposti analogici ormai obsoleti. Basti pensare all'approccio utilizzato nella creazione dei servizi ai cittadini (gli "80 euro" o i vari "bonus alle famiglie"), pensati senza utilizzare l'analisi dei dati per allocare le risorse, e senza sfruttare i sistemi digitali per migliorarne l'utilizzo. Promisi a me stessa che ogni volta avrei scritto una norma, l'avrei fatto nel modo più avanzato possibile. La domanda è: c'è un modo più innovativo di quello usato oggi per ottenere un servizio migliore? La risposta è sì.

Il fattore rilevante nella trasformazione dello Stato da "obsoleto" a "innovatore" è il cambiamento del pensiero del legislatore, che deve costruire la norma in un contesto moderno e digitale. Questo nuovo paradigma porta alla digitalizzazione della cittadinanza e dei servizi, che insieme a semplificazione e sburocratizzazione, sono il volano per la lotta alla corruzione, alle inefficienze economiche e alle ingiustizie sociali.

Esempio principe è il "Reddito di cittadinanza", il cui impianto è stato costruito in un percorso digitale che ci ha permesso di risolvere problemi contabili e di controllo in modo agile ed efficiente. Inoltre sarà in grado di adattarsi alle prossime innovazioni come l'utilizzo dell'identità digitale con la quale si potrà accedere ai servizi in maniera semplice e sicura attraverso il cruscotto dei servizi personalizzati per le proprie esigenze. Se la norma che hai emanato si potrà adattare alle future innovazioni allora hai fatto un buon lavoro.

La missione è quella di rendere i servizi per cittadino e imprese accessibili, tramite dispositivi mobili, architetture sicure, scalabili, altamente affidabili. Così si accede a nuovi mercati, motore d'innovazione e crescita di qualità. Stato, imprese e cittadini che guidano il progresso, cavalcando l'innovazione senza subirla.

Abbiamo puntato su strumenti che siano catalizzatori nel percorso di riforma digitale: pagoPA, società interamente partecipata dallo Stato, che rappresenta la piattaforma per i pagamenti verso la Pubblica Amministrazione; progetto Io, applicazione che permetterà di usare i servizi pubblici dal proprio smartphone; Piattaforma Digitale Nazionale Dati (Pdnd), che ha l'obiettivo di valorizzare, sviluppare e semplificare l'interoperabilità dei dati tra Pa, ottimizzando processi di analisi e di conoscenza.

A corollario, la spinta all'utilizzo delle infrastrutture moderne, come il 5g e l'educazione digitale. Esse sono la spina dorsale della riforma digitale. È imprescindibile dotarsi di strutture moderne che sfruttino appieno il potenziale delle nuove tecnologie e delle conoscenze per renderle fruibili.

Così tutto il Paese inizia a beneficiare dei vantaggi offerti dalle moderne piattaforme per la gestione e l'analisi dei big data.

Questo modo di pensare e agire, cambia la politica, nel pieno spirito del Movimento 5 Stelle oggi al Governo. Si passa dalla politica dell'"intuito" e del consenso, a un processo decisionale fatto di azioni "informate" che riesce a cogliere i bisogni reali dei cittadini.

Lei si chiederà il costo di tutto questo: uno solo. La trasparenza. Si sciolgono come neve al sole concetti come individualismo, corruzione, favoritismo, spreco, barriere. Insomma, il mondo di un millennial, dove l'intelligenza collettiva non fa paura ma anzi è l'unica vera ricchezza.

*Vice ministro dell'Economia



L'ITALIA REALE ATTRAIE INVESTIMENTI L'ITALIA POLITICA NO

Senza è difficile crescere
Ma il governo a volte
non sembra consapevole

di Ferruccio de Bortoli e Carlo Cinelli 2,10

INVESTIMENTI ESTERI SONO? ITALIA BIPOLARE

Nel 2018 i soldi impiegati dal resto del mondo
nel nostro Paese sono aumentati del 10%
mentre nell'Ue si scendeva del 55%
Senza risorse internazionali non si cresce
Il governo, però, ne sembra poco consapevole

Bisogna promuovere le filiere virtuose dei territori, assicurare una migliore formazione tecnica, recuperare sul piano della digitalizzazione, sciogliere i nodi della fiscalità

di **Ferruccio de Bortoli**

C'è poco da fare. Ai Cinque Stelle l'industria non piace. E quando è grande suscita qualche distinguo fra gli stessi leghisti che della piccola e media impresa si ergono a paladini. Se poi è una multinazionale il sospetto è crescente. Irresistibile. Quasi fossero, gli investitori esteri, ospiti tollerati o invasori mal sopportati. La tormentata vicenda Ilva è esemplare. ArcelorMittal ha investi-

to nel centro siderurgico di Taranto più di quattro miliardi. E lo ha fatto anche nella ragionevole certezza che i propri manager non sarebbero stati chiamati a rispondere civilmente o penalmente di quanto accaduto in precedenza. In caso contrario non si sarebbe mai infilata nel «buco nero», anche legale, dello stabilimento pugliese. Qualsiasi società seria, in tutto il mondo, preferisce non correre un rischio che non è stimabile. L'Avvocatura dello Stato, richiesta di un parere dallo stesso ministro dello Sviluppo economico, nonché vice premier, Luigi Di Maio, si era espressa per una proroga dell'esimente penale dal 2019 al 2023. Ci auguriamo che il 6 settembre lo stabilimento ex Ilva non chiuda. Non solo per salvaguardare i posti di lavoro, difendere il resto dell'industria italiana oltre che le scarse speranze di crescita dell'economia. Ma anche e soprattutto per dimostrare



a tutti che uno straccio di certezza del diritto permane nonostante l'umore antindustriale grillino, le amnesie leghiste e la confusione legislativa.

Contraddizioni

La schizofrenia italiana sorprende. Mettiamola così: se le multinazionali italiane, che per fortuna non sono poche, avessero nei mercati esteri in cui investono un trattamento simile, se ne sarebbero già andate. Strano Paese il nostro. Viviamo di industria, ma non la vogliamo sotto casa. Esaltiamo il chilometro zero, ma siamo giustamente orgogliosi di una filiera alimentare che esporta. Anche all'altro capo del globo. E vende a consumatori esteri che, grazie a Dio, non vanno pazzi per il loro chilometro zero. Demonizziamo i termovalorizzatori, ma spendiamo centinaia di milioni per esportare i rifiuti creando lavoro e reddito altrove. L'elenco potrebbe continuare.

Senza investimenti dall'estero non si cresce. Inutile porsi la questione della nazionalità delle aziende quando non vi sono imprenditori o gruppi italiani con mezzi e competenze adeguati. Salvo affidarsi ad avventurieri o ad aziende fragili. Inutile pensare che il modello Alitalia — perdere soldi a danno dei contribuenti — sia la soluzione vincente per lo sviluppo. È la rotta del declino. Conta la serietà dell'impresa, il livello della ricerca, lo sbocco sui mercati internazionali. Un marchio del made in Italy è più garantito in un gruppo estero che produca in Italia piuttosto che nelle mani gracili di un italiano pronto a delocalizzare la fabbrica in Romania. E per far sì che lavoro, progettazione, ricerca rimangano, nel limite del possibile, in Italia, indipendentemente dalla nazionalità degli azionisti, è necessario un governo credibile, Regioni attente, amministrazioni serie. E soprattutto *rule of law*. I contratti valgono al di là dei governi.

Lasciamo per un attimo da parte i casi Whirlpool, Embraco, ecc. Anche gli stranieri si comportano male. Qualche volta ne approfittano. All'esame del ministero ci sono comunque 230 situazioni di crisi. Le imprese a capitale estero erano nel 2016, secondo gli ultimi dati Istat, 14 mila 600. Nel settore manifatturiero costituivano il 33,8 per cento di quelle definite grandi, con più di 250 addetti. Meno nelle costruzioni (11,3 per cento); un po' più nei servizi (20,4%). Un terzo degli addetti nell'industria manifatturiera italiana lavora per un azionista estero. Nel complesso 1,3 milioni di persone, valore che ha superato il picco del periodo pre crisi. Professionalità apprezzate, purtroppo rare da trovare se non nei territori più competitivi che attraggono investimenti proprio per la presenza di ecosistemi virtuosi, spesso di qualità superiore ad analoghe zone di Francia e Germania.

Le cifre

Nel 2018 il flusso di investimenti diretti dall'estero è cresciuto nonostante le incertezze politiche. Oltre 24 miliardi di dollari, il 10 per cento in più. Mentre nell'Unione europea scendevano del 55 per cento. E del 13 per cento a livello globale. Guardando questi dati si potrebbe dire che l'Italia resiste. Addirittura è in controtendenza. Dunque, che problema c'è? Ma è anche vero che i progetti sono pluriennali. Le decisioni maturate lo scorso anno sono state prese in tempi diversi. Anni indietro. «Il rischio — dice Eugenio Sidoli, presidente di Philip Morris Italia e coordinatore del Comitato investitori esteri di Confindustria — è che l'incertezza induca molti a rivedere i propri piani. Disinvestire dall'Italia per uno straniero è molto più facile che per un'azienda italiana. Le imprese, tutte, devono essere competitive. E avere certezze nel tempo. Soprattutto confidare su collaboratori di qualità. La merce più rara in tutte le regioni sono le competenze di cui ha bisogno l'industria 4.0. i digital maker, profili che l'Italia fatica a formare».

I nostri concorrenti sono molto attivi nel tentare di convincere le multinazionali presenti in Italia, e non solo, ad andarsene. Sarebbe il caso di non aiutarli, anche con dichiarazioni improvvisate e irresponsabili. Sono sempre più frequenti le delegazioni di Paesi e Regioni che offrono incentivi fiscali, e non, per attrarre investimenti. Tra i Paesi più attivi: Francia e Spagna. Molto più dell'Est Europa. I vantaggi che sono difficilmente replicabili sono altri: i cluster di eccellenza, fatti di flessibilità intelligente, vivacità innovativa, cultura industriale sedimentata nel tempo. Questo spiega, per esempio, la crescita superiore alle più rosee previsioni, degli investimenti esteri diretti in Lombardia ed Emilia Romagna. «Bisogna promuovere meglio le filiere virtuose dei territori e ne abbiamo tante — aggiunge Sidoli — assicurare una migliore formazione tecnica alle richieste di industria 4.0, recuperare sul piano della digitalizzazione del Paese e affrontare i nodi della fiscalità». Ma l'attività più importante è oggi proteggere gli investimenti di chi ha creduto nel Paese, lavorare sulla *retention*, ovvero fidelizzazione, che può essere rafforzata con intese con le Regioni».

Il Comitato investitori esteri di Confindustria ha avviato la sottoscrizione di protocolli con le Regioni per migliorare il presidio degli investimenti. Il primo firmato è con la Toscana. In preparazione: Emilia-Romagna, Lazio e Campania. Puglia non pervenuta. I territori più industrializzati sanno che cosa vuole dire avere grandi imprese multinazionali. Sono attenti alla sostanza dei rapporti. Vogliono attrarre altri investitori. Sanno che così per i loro cittadini si aprono opportunità globali. Peccato che a livello nazionale la sensibilità sia minore. A volte persino assente. Gli investimenti esteri pesano in Italia il 21% del Pil contro il 46% della Spagna che, non a caso, cresce a un ritmo invidiabile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

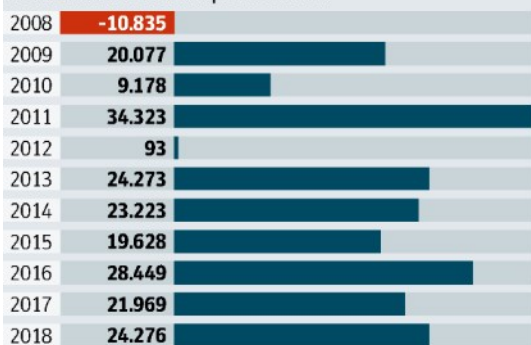


Governo

Giuseppe Conte, primo ministro della maggioranza pentastellata. Ai grillini l'industria non piace, la Lega ha molte amnesie

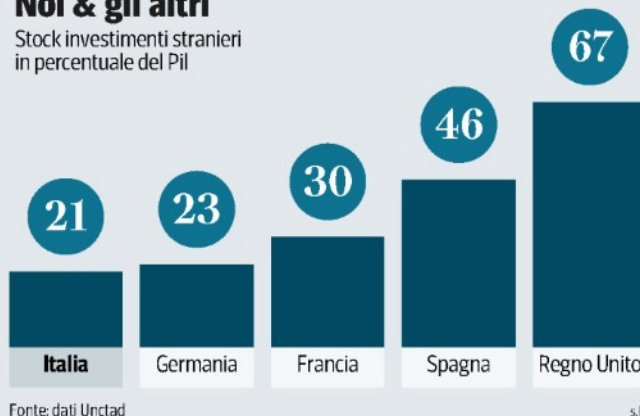
In ripresa

Gli investimenti stranieri in Italia.
Dati in milioni di dollari a prezzi correnti



Noi & gli altri

Stock investimenti stranieri in percentuale del Pil



Fonte: dati Unctad

s.f.

| | |
|-------------------------|---|
| Classe dirigente |  |
| SERGIO RIZZO | |

IL PORTALE SBARRATO IL PORTALE DEL TURISMO È ANCORA SBARRATO

Di aver fatto poco o niente per il turismo l'ha ammesso perfino lui, il ministro dell'Agricoltura Gian Marco Centinaio. "Abbiamo avuto poco tempo", sussurra puntando il dito sul passaggio burocratico delle funzioni dal ministero dei Beni culturali al suo. Ma un anno è un anno. Ed è stato un anno di buio totale, con l'unica eccezione della nomina alla presidenza dell'Ente nazionale per il turismo dell'ex capo di Centinaio quando il ministro lavorava al Club Med. Un anno soltanto per costituire all'interno del ministero il relativo Dipartimento e della direzione generale per le politiche del Turismo non c'è ancora traccia. Ma non solo per questo è legittimo ormai nutrire seri sospetti sulla totale inadeguatezza dell'attuale gestione per questo compito.

Rileggiamo il capitolo sul Turismo del contratto di governo. Oltre a magnificare le prospettive di un Paese come il nostro, c'è scritto che siccome domanda e offerta s'incontrano sul web bisogna puntare su una piattaforma digitale unica e completa, che non sia solo uno strumento di promozione ma anche di e-commerce "del prodotto turistico culturale (prenotazione alberghi, tour, ristoranti, biglietteria museale e teatrale), al fine di riuscire a fare dell'Italia la nazione alla quale in futuro tutto il mondo guarderà come modello turistico, come accade oggi per altre eccellenze riconosciute universalmente". Quella piattaforma ce l'abbiamo già, è il portale



Italia.it. Ma dategli un'occhiata, sapendo che diciassette anni e almeno 20 (venti) milioni di euro ci sono voluti per arrivare a quel risultato. La storia di quel portale è quella di uno dei più clamorosi fallimenti della politica italiana, un monumento all'inefficienza e allo spreco la cui edificazione è cominciata addirittura nel 2002. Proseguita poi per sette diversi governi, senza soluzione di continuità. Adesso siamo all'ottavo, e si va avanti come prima, con l'encefalogramma piatto. Intanto, caro ministro Centinaio, un altro anno è passato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DATAROOM

Privacy e Agcom I nomi, i dubbi

di **Milena Gabanelli**
e **Simona Ravizza**

a pagina 17

Privacy e Agcom Le nomine, i dubbi

ALCUNI CANDIDATI INDICATI DAL GOVERNO HANNO DIFESO
I BIG TECH SU CUI ORA DOVRANNO PRENDERE DECISIONI
E ALL'AUTORITÀ DELLE COMUNICAZIONI SELEZIONI SENZA BANDI

DATAROOM

di **Milena Gabanelli** e **Simona Ravizza**

La poltrona del Garante della privacy è vuota dal 19 giugno. A partire dall'11 luglio scade il mandato anche per l'Autorità per le Comunicazioni. Stiamo parlando delle due istituzioni nate per governare reti telefoniche e televisive e per garantire la privacy in un mondo «cartaceo», e che oggi si trovano a normare «reti di ogni cosa» (di telefoni, computer, automobili, «oggetti indossabili», misuratori intelligenti, «reti di reti») e a governare la privacy in un mondo che la viola programmaticamente. Un compito difficile che incide sulla politica industriale del Paese, e richiede quindi sofisticate competenze e assoluta indipendenza.

La protezione delle informazioni

Informazioni sulla nostra salute, attività, interessi, punti deboli, sono estrapolabili dai dati che disseminiamo ovunque da potenti algoritmi di profilazione. Il Garante deve avere la capacità di verificare il modo in cui le grandi piattaforme (Google, Facebook, Amazon, Netflix, Uber, AirBnb) ci profilano, e di sanzionare l'acquisizione di dati irrilevanti per il servizio offerto. Dovrà sorvegliare sulla sicurezza della gestione di queste immense quantità di informazioni da parte degli operatori digitali (aziende, ospedali, piattaforme, studi professionali) e definirne le regole di utilizzo. L'Autorità avrà un ruolo anche nell'assegnazione delle frequenze. Esempio: la gestione dei dati prodotti da un'automobile (informazioni su movimenti e stili di chi la guida) spetta alla casa automobilistica in fase

di «tagliando», o alle reti di comunicazione che Anas e Autostrade realizzeranno lungo il tracciato? Insomma, chi ha il diritto di gestire i dati e monetizzarli? Sono tutte questioni che questa Autorità dovrà regolare. Ai commissari è quindi richiesta la comprensione del funzionamento della rete, e metodi di verifica del comportamento degli algoritmi. Mai come oggi il suo potere è stato così forte: può decidere sanzioni che vanno dal 2% al 4% del fatturato mondiale annuo dell'impresa, a seconda del tipo di violazione.

I requisiti meno elevati

In Italia l'Autorità per la privacy è composta da 4 membri: 2 nominati dalla Camera, due dal Senato, e fra loro viene eletto il presidente. Per aspirare all'incarico, fino allo scorso agosto i requisiti di legge richiesti erano la «riconosciuta competenza delle materie del diritto o dell'informatica, garantendo la presenza di entrambe le qualificazioni». Requisiti non sempre applicati visto che nell'ultimo collegio troviamo anche Giovanna Bianchi Clerici, giornalista. Il 10 agosto 2018 queste prerogative sono state addirittura indebolite con decreto: oggi la «presenza di entrambe le qualificazioni» è sparita, ed è sufficiente una delle due. Per le nomine la direttiva Ue dell'11 dicembre 2018 prevede



«procedure di selezione aperte e trasparenti». In Italia la selezione è stata affidata all'inizio di curricula.

Quei nomi in conflitto

Si sono candidati in 2016, e fra loro: aspiranti con titoli non specialistici, laureati nel 2018, pseudo informatici senza nessuna esperienza nel settore della protezione dei dati personali e senza competenza nei settori dell'informatica moderna. Spunta un magistrato in cattive acque, Luca Palamara. Ci sono anche nomi di indubbia competenza, ma di dubbia indipendenza, come Stefano Aterno (ha difeso la Casaleggio Associati contro la multa del Garante per la vulnerabilità della piattaforma Rousseau); oppure il prof Oreste Pollicino, avvocato di chi dai dati ricava enormi profitti: Facebook, accusato di violazione del diritto d'autore e concorrenza sleale.

Si trovano però anche professionisti al di sopra di ogni sospetto, come Giuseppe Busia (attuale segretario generale dell'Autorità della privacy), Vincenzo Zeno Zencovich (professore e avvocato), Stefano Quintarelli (pioniere dell'introduzione di Internet in Italia) e Alberto Gambino (costituzionalista). Una selezione trasparente dovrebbe prevedere l'audizione dei nomi più qualificati, per poi scegliere i migliori. Ad oggi nessuno li ha convocati, né lo saranno. L'indicazione del governo M5S-Lega, al momento, è su Guido Scorza, esperto di diritto d'autore. Ma è anche l'avvocato che per il M5S ha sostenuto la linea contro la direttiva Ue sul copyright. Se passerà la sua nomina esulteranno Google, Amazon, Facebook, Apple. Inoltre, avendo con il suo studio difeso diversi ricorsi contro l'Autorità proprio in materia di privacy, rappresenta forse una garanzia di «morbidezza».

Le nuove transazioni

Finora l'Autorità per la concorrenza nel mercato delle comunicazioni operava in un campo dai confini definiti come le frequenze tv, par condicio, affollamento pubblicitario, dominanza nel mercato, diritti d'autore. Oggi è chiamata a normare tutto quello che viaggia sulla rete: blockchain e criptovalute, per trasferire in modo istantaneo e senza intermediari la proprietà di qualunque bene (case, denaro, auto, azioni, file e così via), e i nuovi meccanismi di certificazione dell'Identità Personale.

Come evitare l'insidia del riciclaggio? Inevitabilmente dovrà essere Agcom a regolare queste transazioni. La definizione stessa del concetto di blockchain (cos'è?) è ancora in fase preliminare, ma è indispensabile per un suo uso effettivo.

Il valore della rete di Telecom

Soprattutto dovrà normare una valanga di problemi strategici, industriali e occupazio-

nali in uno dei settori nevralgici del Paese: le telecomunicazioni. Agcom determina le tariffe e le regole di accesso alla rete. Open Fiber, di proprietà di Cdp (Cassa depositi e prestiti) e dell'Enel sta realizzando la rete di nuova generazione tutta in fibra, ed è in competizione con Telecom, che utilizza ancora il doppino in rame. Dal modo in cui Agcom regolerà il passaggio dalla vecchia alla nuova rete dipendono, il valore della rete di Telecom, la redditività dell'eventuale società risultante dalla fusione con Open Fiber, e la sua capacità di effettuare nuovi investimenti e garantire a tutti gli operatori la parità di accesso. Agcom si occupa anche della sicurezza della rete e degli apparati degli utenti, delle infrastrutture degli operatori di comunicazione e degli algoritmi utilizzati da tutte le piattaforme software che popolano Internet.

La scelta dei commissari

Affidare questi compiti a commissari non-competenti o non indipendenti, potrà essere pagato caro dal nostro Paese. Quindi come vengono individuati? Per la valutazione dei 5 componenti non è previsto nessun bando. Il presidente lo sceglie il premier, su proposta del Mise, gli altri 4 commissari sono decisi da Camera e Senato. Una strada molto diversa da quella imboccata dai Paesi più consapevoli della complessità di un mondo sempre più interconnesso.

Per superare la frammentazione di regole dell'universo digitale, lo scorso marzo, la Camera dei Lords ha chiesto di istituire un'Authority trasversale per il digitale che coordini i legislatori e regoli il mondo della tecnologia basandosi su principi di responsabilità, trasparenza, rispetto per la privacy, e il reclutamento dei componenti affidato ad una commissione indipendente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Quali sanzioni può dare il Garante privacy

Fino a **10 milioni di euro**
o al **2%** del fatturato



Per violazioni come:

- Obblighi del titolare o del responsabile del trattamento su consenso dei minori e identificazione dell'interessato

Fino a **20 milioni di euro**
o al **4%** del fatturato



Per violazioni come:

- Regole sulla liceità del trattamento dei dati e il consenso
- Diritto di accesso, di rettifica, di cancellazione dei dati
- Procedure di trasferimento dei dati verso Paesi terzi o organizzazioni internazionali
- Norme relative al trattamento dei dati in materia di giornalismo e rapporti di lavoro



Garante privacy

Si occupa della tutela dei dati personali

100100
001101
101001

Big data Sicurezza dei dati digitali e loro impiego

AGCOM

Regola tv, Internet, telecomunicazioni, rete fissa, 5G, banda larga

5G Blockchain Criptoaluta
Open Fiber Cyber security

Le priorità

4 membri

2 nominati dalla Camera 2 nominati dal Senato

Uno di loro viene eletto **presidente**

5 membri

2 nominati dalla Camera 2 nominati dal Senato

Presidente
nominato su proposta del **presidente del Consiglio**, d'intesa con ministro dello Sviluppo economico previo parere delle commissioni parlamentari

In carica per **7 anni**, non rinnovabili

206 Candidature arrivate a Camera e Senato
Nessuno è stato convocato

Candidature
Non è previsto nessun bando

I requisiti

1 Indipendenza


Da agosto 2018

2 «comprovata esperienza nel settore della protezione dei dati personali, con particolare riferimento alle **discipline giuridiche o dell'informatica**»
D.Lgs 101/2018

Fino al 2018

«esperti di riconosciuta competenza delle materie del diritto o dell'informatica, **garantendo la presenza di entrambe le qualificazioni**»
D.Lgs 196/2003

La direttiva Ue (2018/1972) prevede **Procedure aperte e trasparenti**

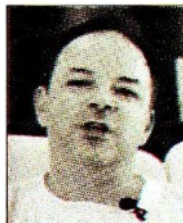
| | |
|-------------------------|---|
| Affari in piazza |  |
| | |

Scorza verso la Privacy se non si rinvia a settembre

STEFANO CARLI

Quando la nomina del nuovo Garante della Privacy è stata ufficialmente rinviata per essere definita a fine luglio assieme a quella dell'Agcom, è stato chiaro che la candidatura di Giuseppe Busia era tramontata. L'attuale segretario generale della Privacy era il candidato del premier Giuseppe Conte. Adesso la partita si riapre. La Privacy dovrà andare ad un 5 Stelle doc e il candidato è Guido Scorza. Ex Pd, ora dato vicino a Casaleggio, tutt'ora collaboratore del team per lo sviluppo digitale e l'uomo che ha fatto da ponte tra Diego Piacentini, pronto alle dimissioni, e il nuovo capo del Mise Luigi Di Maio. Scorza è giovane. Sarebbe il più giovane presidente di Authority, ma è un avvocato e segue da anni i temi legati al digitale. Oggi è in pole position. Ma la strada è lunga - anche perché la Lega non ha ancora idee su chi portare in Agcom. E c'è chi scommette che per le due Autorità si finirà dopo l'estate.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Guido Scorza
candidato 5S
all'Autorità per
la Privacy





Netflix, Spotify e l'insostenibile noia degli algoritmi

Qualche giorno fa su Spotify è comparsa una playlist personalizzata con 3.159 brani. Il sistema l'ha creata da solo, in base all'analisi dei miei gusti, producendo un eterno tappeto sonoro omogeneo. Funziona, per carità: in fondo ha preso un genere che ascolto spesso e lo ha esteso. Ma è il contrario sia della scelta sia dello scoprire cose nuove, la promessa iniziale del Web. Per lo streaming video il discorso è diverso e il risultato simile. Sfogli e sfogli, nel catalogo di film e di serie tv, e finisci sempre per girare attorno agli stessi titoli. Basta un po' di svogliatezza e si avvia quel colossale datato per far passare la serata con un bilancio finale non proprio brillante in termini di informazioni e stimoli nuovi. Lo streaming video non è come quello musicale, anche lui pieno di lacune quando si fruga bene, perché si esaurisce subito. Tolle le serie originali, non tutte di pregio, tolti quei film che per un caso non abbiamo visto o qualche vecchia gloria che non ricordiamo poi tanto bene e che vale la pena rivedere, alla fine sono collezioni

fatte per rubare tempo. Quando Netflix era ancora un fenomeno esotico in Europa, si supponeva che avrebbe avuto nel tempo un catalogo infinito. In fondo, si pensava, esistono decine di migliaia di film che non vengono proiettati né trasmessi e che online potrebbero avere nuova vita. Pensate a Sergio Leone, Hitchcock, Welles, Fellini, Scott. Ma il mondo delle licenze è complicato e quello dello streaming ancor di più: chi ha i contenuti se li tiene stretti e non è disposto a far favori alla Silicon Valley.

Ma anche supponendo di avere un catalogo vasto come quello dei servizi musicali, diciamo 40 milioni di film e serie, è probabile che alla fine ci troveremmo costretti in un algoritmo che sforna consigli facendoci consumare un po' quel che vuole partendo dall'analisi di ciò che guardiamo e puntando all'omogeneità per non sbagliare. Insomma, senza scivolare nella distopia, Netflix come Spotify sono due servizi di alto livello, viene però il dubbio che qualcosa non stia andando nel verso giusto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'opinione



Cataloghi poveri per film e serie o playlist automatiche infinite e omogenee per la musica. Il risultato alla fine è simile: si passa il tempo consumando non quello che vorremmo ma ciò che si avvicina al nostro gusto secondo un software



Villaggio globale

Olanda paradiso delle spa: il Dutch Sandwich che piace alle holding

ETTORE LIVINI → pagina 16

Il caso

Olanda paradiso delle spa quel Dutch Sandwich che piace alle holding

ETTORE LIVINI, MILANO

Fca ed Exor, Cementir e ora Mediaset sono solo gli ultimi nomi che hanno portato la sede legale ad Amsterdam e dintorni. Non solo benefici erariali, che pure valgono miliardi e attirano anche le stelle del rock, ma la via olandese alla governance

Tutti pazzi per l'Olanda. I motivi (al netto di canali e tulipani) sono molti: le regole societarie snelle, i vantaggi erariali, la certezza del diritto, l'appel internazionale della piazza finanziaria. Il risultato però è uno solo: Amsterdam e dintorni sono diventati il domicilio preferito - o il più appetibile dei paradisi fiscali, dicono le malelingue - del grande capitale mondiale. Qui hanno stabilito sedi o quartier generale Ikea, Google, Facebook, Cisco, Apple e Nike. Qui da tempo hanno parcheggiato i loro sudati risparmi band come gli U2, i Rolling Stones e gli AC/DC. Da queste parti - per ridurre imposte e commissioni - si sono chiuse e compravendite di molti grandi campioni del calcio mondiale. Un fiume in piena di investimenti esteri che filtra ogni anno 4.500 miliardi d'affari (sei volte il Pil del paese) cui da qualche tempo hanno iniziato ad accodarsi i big italiani: Fca ed Exor - che hanno spostato Amsterdam la sede amministrativa lasciando quella fiscale in Gran Bretagna - Cementir e Mediaset, che ha appena creato in Olanda Mfe-Mediafo-

rEurope. La cassaforte delle future alleanze internazionali del Biscione.

Non tutto è oro, naturalmente, quel che luccica. Nell'Europa unita molte nazioni mal sopportano la concorrenza fiscale di Amsterdam che "ruba" grande aziende (e gettito) ai partner del Vecchio Continente. Una commissione del parlamento Ue ha messo nero su bianco un giudizio tranchant: i Paesi Bassi "hanno qualche caratteristica in comune con paradisi fiscali e autorizzano politiche di pianificazione fiscale aggressiva". E Bruxelles ha acceso un faro sui 4.500 accordi di "tax-ruling" - alias patti erariali ad aziendam - firmati dall'Olanda con altrettante multinazionali, aprendo un'inchiesta-pilota su quello sottoscritto con la Nike.

PRIMO PER INVESTIMENTI ESTERI

La convenienza fiscale con annessa patologia - se mai saranno provate - non basta però da sola a spiegare il potere attrattivo di un Paese diventato il primo in Europa per investimenti esteri diretti, con uno stock arrivato a quota 927 miliardi a inizio 2019, il 124%, per da-

re un'idea, del suo prodotto interno lordo. Mediaset, Exor, Fca e Cementir - i campioni italiani emigrati almeno parzialmente verso nord - hanno scelto i canali di Amsterdam per un motivo che non ha niente a che vedere con i suoi vantaggi erariali: le norme di corporate governance. In particolare quelle sul voto multiplo, che garantiscono al primo socio la possibilità di moltiplicare il peso delle proprie azioni garantendo stabilità nell'azionariato anche in vista delle grandi alleanze necessarie per la globalizzazione prossima ventura di mondi come media e auto. Il caso delle tv di casa Berlusconi è emblematico. La sede fiscale di Mediaset e Fininvest resta in Italia. Mfe invece nasce in Olanda con



uno statuto molto particolare che premia la "fedeltà" dei soci: chi terrà i titoli in portafoglio facendone esplicita dichiarazione triplicherà il diritto di voto da subito, lo moltiplicherà per 5 dopo due anni e di 10 dopo tre. Come dire che la quota Fininvest, che domanderà subito accesso a questo istituto, conterà un po' di più rispetto ad eventuali nuovi azionisti o partner interessati a entrare nella futura tv europea di Cologno, destinati a inseguire il peso dei Berlusconi.

I vantaggi collaterali, anche ragionando sul fronte fiscale, non mancano. In primis, tra le altre, le esenzioni (o quasi) di tasse sui dividendi, diritti intellettuali e plusvalenze di non residenti. E gli accordi bilaterali con oltre 100 paesi che prevengono una doppia imposizione. Gli atout dell'offerta olandese sono però pure altri: un quadro giuridico in linea con il mercato anglosassone, contratti e documenti compilati in inglese, una giustizia fallimentare molto rapida.

Forbes, non è un caso, ha messo al quarto posto i Paesi Bassi tra i paesi più attrattivi per gli investimenti esteri. E Amsterdam ha una posizione più che onorevole nella classifica "Doing business" della Banca Mondiale dove è al 32esimo

posto ma con picchi di netta eccellenza quando si parla di apertura anche mentale ai mercati internazionali (dove è al primo posto) nella rapidità a risolvere crisi aziendali (settimana), e sul fronte fiscale e della facilità ad attivare un'azienda, dove veleggia attorno alla ventesima posizione.

PRESSING DI UE E OCSE

Fattori che spiegano bene come mai - malgrado un mercato interno di dimensioni bonsai - nel Paese siano state domiciliate ben 15 mila mail-letter box, ovvero società la cui unica presenza sul terreno è una casella postale aperta presso una fiduciaria. Incaricata di gestire tutte le pratiche necessarie per garantire il diritto all'esistenza in loco.

La pacchia però è ora - almeno in parte - finita. Il pressing della Ue e dell'Ocse, la scoperta di sistemi come l'ormai mitico "Double Irish Dutch Sandwich", strumento utilizzato in passato per ridurre a percentuali da prefisso telefonico la pressione fiscale su alcune multinazionali Usa facendone rimbazzare le entrate tra Dublino e Amsterdam ha convinto il governo olandese a tirare un po' il freno. La concessione di nuovi tax-ruling è

stata molto ristretta dall'inizio di quest'anno rendendo obbligatoria la dichiarazione di "economic status": tradotto in soldoni, chi chiede di negoziare con lo Stato un regime fiscale ad aziendam molto favorevole deve dimostrare di aver intenzione di costruire un business con reale presenza fisica nell'economia nazionale. Come dire che le società "buca della posta" non ne avranno più diritto. Un giro di vite è previsto anche sulle agevolazioni ai lavoratori stranieri presenti sul territorio nazionale, anche se questo provvedimento è stato appena rinviato al 2021.

Le prime conseguenze si vedono però sul campo: i flussi di investimenti esteri nel paese per la prima volta dopo molti anni sono stati negativi a cavallo tra fine 2018 e l'inizio di quest'anno. Un segno positivo, dicono in molti. Una pulizia necessaria per mantenere l'attrattività e la competitività della nazione eliminando le sue componenti più discusse.

Ci contano anche gli altri partner di un'Europa che sul fronte fiscale è unita solo sulla carta e che dai paradisi fiscali made in Ue, dicono le stime, si vedono scappare 50 miliardi di entrate ogni anno.

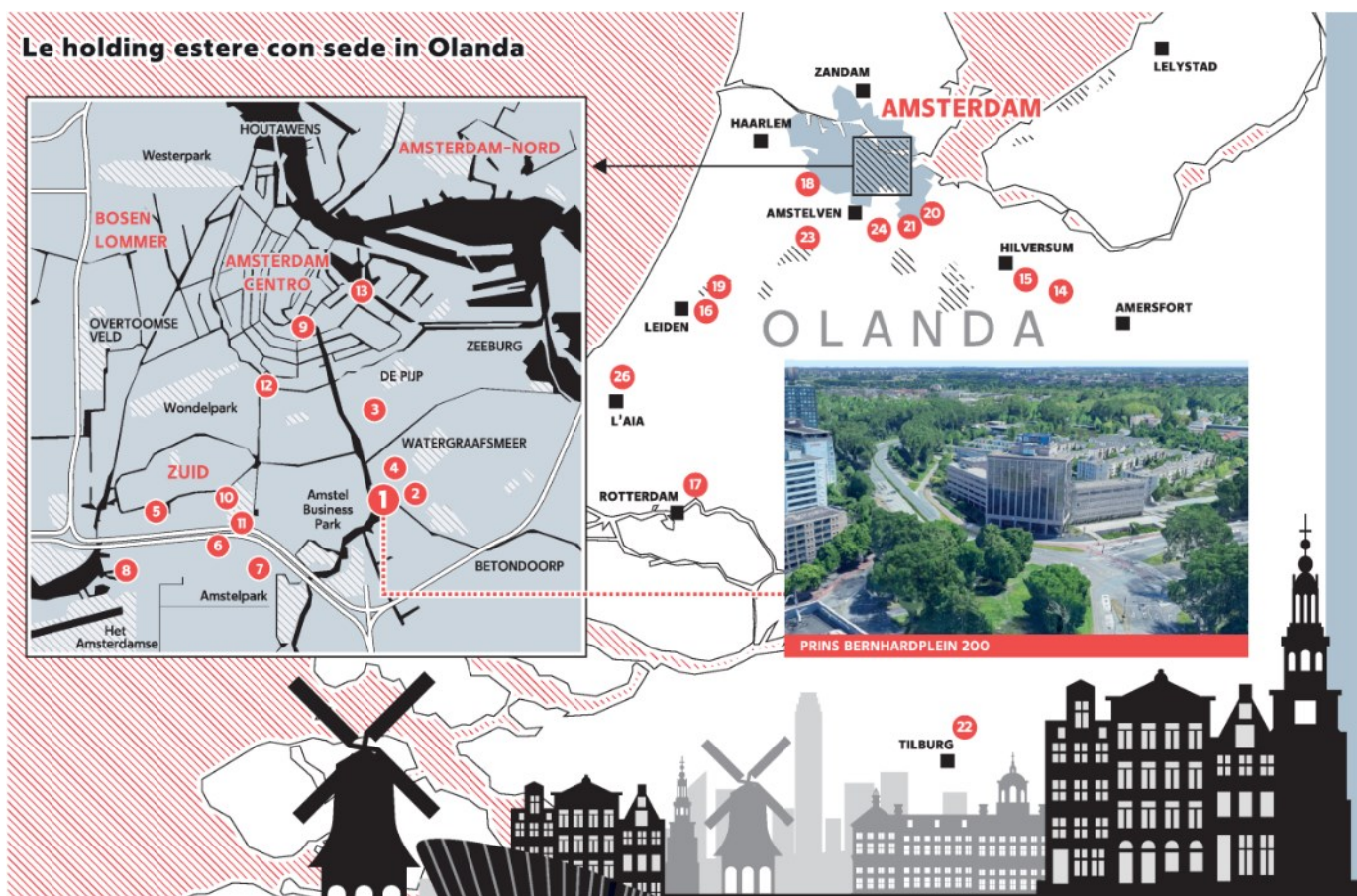
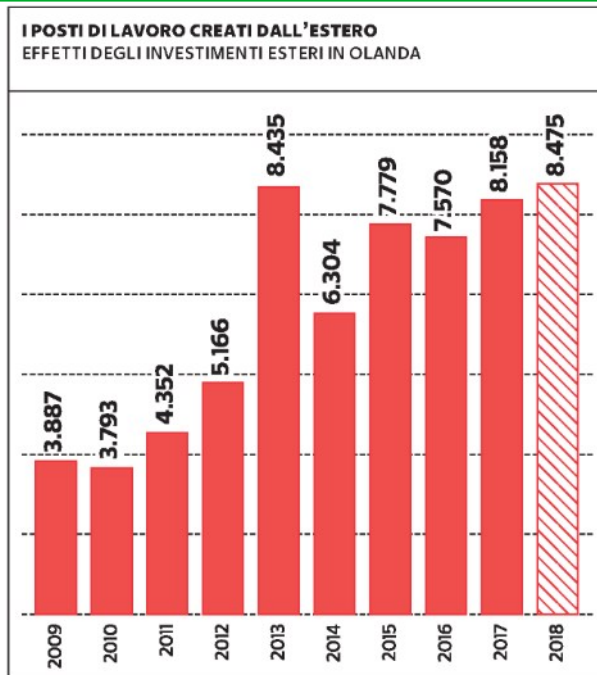
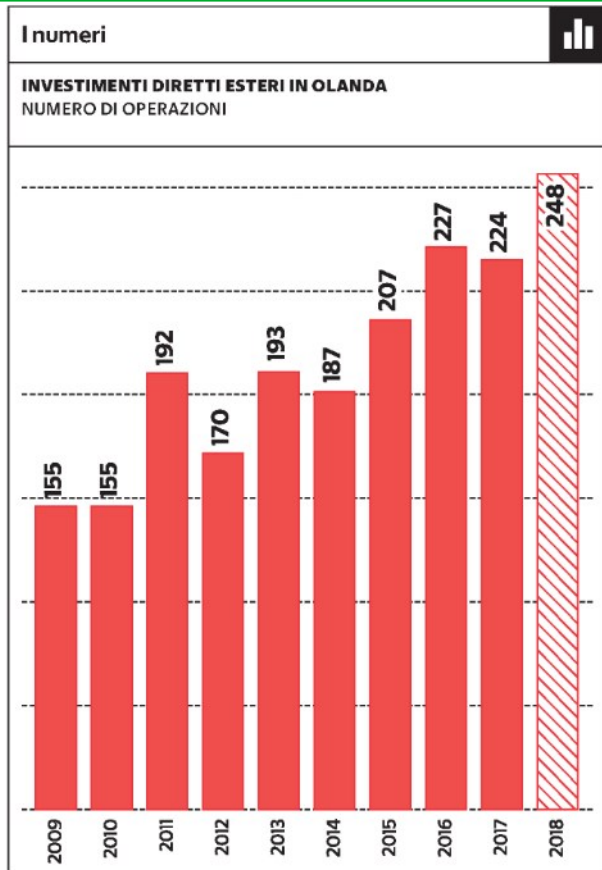
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Focus

LE CONTROMOSSE DI CONSOB

Lo strapotere olandese in termine di corporate governance, uno dei magneti che hanno attirato molte aziende estere (italiane in testa) verso la piazza finanziaria di Amsterdam, si prepara ora a trovare pane per i suoi denti. La Consob infatti, stufa di vedere alcuni dei pezzi da novanta di Piazza Affari in fuga verso nord, sta studiando una nuova normativa sul voto multiplo - molto più favorevole di quella già esistente, per tamponare questa emorragia. Decine di aziende quotate a Milano hanno in effetti già sfruttato il meccanismo previsto dalla legislazione tricolore che garantisce il voto doppio ai soci più fedeli che tengono a lungo termine

le azioni in portafoglio. Norma che aiuta a mantenere il controllo in aziende familiari che vogliono provare a crescere per acquisizioni. L'idea dell'Authority è però ora quella di replicare il modello adottato con successo dall'Olanda. Introducendo cioè la possibilità di moltiplicare per cifre superiori a due il diritto di voto dei soci più fedeli. Con l'obiettivo, se non di richiamare a Milano Exor e Fca, almeno di evitare altre fughe. Una speranza che si scontra però con una struttura complessiva del sistema Italia - dai costi dell'energia ai tempi della giustizia - che non incoraggi certo le grandi imprese anche estere a pensare di stabilire nel Bel Paese il proprio quartier generale.



Prins Bernhardplein
200 Amsterdam,
dove hanno
sede ben 2.812
società estere
da tutto il mondo



**SUPERCEDOLE
CDP, ENI E LE ALTRE:
DALLE AZIENDE
DI STATO
4 MILIARDI AL TESORO**

di **Alessandra Puato 12**

Con le sole cedole delle grandi partecipate il governo potrebbe pagare gran parte della cifra necessaria per evitare la procedura d'infrazione Ue. La più redditizia è Cdp con circa 3 miliardi. E poi Eni, Enel e Poste. Un portafoglio che rende più dei titoli di Stato, anche per una politica spinta dei dividendi, che comunque attrae investitori

I «BANCOMAT» DEL TESORO FRUTTANO 4 MILIARDI

Il «dividend yield» delle quotazioni è in media del 3,7% con picchi sopra il 5% nell'energia

di **Alessandra Puato**

Tre miliardi e 244 mila euro. È quanto hanno reso in dividendi le principali aziende del Tesoro lo scorso anno, secondo i bilanci da poco approvati. Non sarà l'intera cifra che, se è calcolato, potrebbe essere necessaria per evitare la procedura d'infrazione Ue, 1,5 miliardi per tenere il rapporto deficit/Pil al 2,1%. Ma è una bella fetta.

La gran parte — i calcoli sono dell'Università Bocconi per *L'Economia del Corriere della Sera* — viene dalla più redditizia delle aziende del ministero dell'Economia, la Cassa Depositi e prestiti: 2 miliardi e 81 milioni, come dire quasi il 60% dell'utile consolidato. Cifra che sale a 2,9 miliardi, considerando l'extra dividendo richiesto da via XX Settembre proprio nei giorni scorsi alla sua partecipata, la «nuova Iri» che è azionista degli aeroporti di Milano e Napoli come di Terna, Italgas e Snam. Un'aggiunta da 794 milioni per le casse del Tesoro (pro quota sui 959 milioni complessivi, contando anche le quote delle Fondazioni bancarie socie di Cdp). Che porta l'introito totale da dividendi a circa 4 miliardi di euro.

Al secondo posto, dopo la Cdp guidata da Fabrizio

Palermo, c'è con 671 milioni (il 70% dell'utile) l'Enel, amministrata da Francesco Starace, con cui proprio Cassa depositi e prestiti ha fra l'altro una joint venture sulla banda ultralarga per il web veloce (Open Fiber). Insieme Cdp ed Enel apportano al ministero metà dei dividendi ordinari.

Il bronzo va alle Poste Italiane, che per la quota rimasta al Tesoro dopo la quotazione del 2015 (il 29,26%, un 35% è di Cdp) riforniscono le casse di Stato di 169 milioni (il 41% dell'utile). Segue con 131 milioni il gigante di Piazza Affari, l'Eni, che distribuisce agli azionisti il 73% dell'utile (e se ci si ferma a 131 milioni per la parte dello Stato è perché al Tesoro ne fa capo oggi solo il 4,34%; il 25,76% è di Cdp).

Quasi 60 milioni (58) vengono poi dall'Enav delle torri di controllo dei voli, quotata dal 2016 (ma al Tesoro ne rimane la maggioranza, il 53,28%). E una cinquantina di milioni (54) arrivano dal Poligrafico e Zecca dello Stato, che fa capo per intero al ministero dell'Economia e gli gira praticamente tutti i guadagni (95% dell'utile netto).

Altri 27 milioni vengono dall'Stm che l'Italia partecipa in condominio con il governo francese e 24 milioni da Leonardo: l'ex Finmeccanica, che lavora so-



prattutto per la Difesa, è tornata al dividendo da due anni, dopo averlo negato agli azionisti fino al 2016 (e fu un lascito, la cedola, della gestione Moretti). Cinque milioni di euro, infine, sono il contributo del Gse, il Gestore dei servizi energetici.

Manca all'appello, certo, il Monte dei Paschi, che non può distribuire dividendi finché l'azionista Tesoro non completa il risanamento secondo gli accordi con l'Unione europea. Comprensibile. Lo è meno il contributo zero, in quest'ultimo bilancio, di Ferrovie, che da non quotata e fornitrice di servizio universale riceve lei stessa trasferimenti dal Tesoro. Ma potrebbe generare rendimento, ragiona il mercato, se ne fosse quotata una fetta, comprendente la parte più preziosa, l'Alta velocità. Progetto accantonato, però. Zero dividendi anche dalla Rai, ma è servizio pubblico, non ci si aspetta che distribuisca cedole.

I tre giganti

Le aziende-Bancomat per il Tesoro sono dunque la Cdp, che di fatto funziona come una banca ma non ne ha i costi operativi, l'Enel, l'Eni di Claudio De Scalzi e le Poste di Matteo Del Fante. È chiaro che pensare a dismissioni in questo caso significherebbe per le casse dello Stato rinunciare a fior di introiti, esattamente quest'anno a 3,8 miliardi (contando l'extra dividendo chiesto a Cdp e votato all'assemblea del 28 giugno). Per queste quattro società la quota di utili che il ministero dell'Economia si riserva è infatti alta, oscilla fra il 41% (Poste) e il 95% (Enav). In mezzo c'è il 66% raggiunto di fatto dalla Cdp (con l'extradividendo) e il 70% circa di Eni ed Enel. Troppo? Chiaro che questi soldi non sono impiegati per lo sviluppo delle

società, ma finiscono nelle tasche degli azionisti. È anche vero, però, che una politica di distribuzione dei dividendi generosa attrae investitori istituzionali, anche esteri.

Piccola parte dei guadagni, poco più del 10%, è destinata al dividendo invece da StMicroelectronics (13,36%) e dalla citata Leonardo (15,87%).

Nel complesso il portafoglio di aziende del Tesoro (la Bocconi ha analizzato le sette quotate e le otto grandi non quotate) è pregiato. Il rapporto fra dividendo e prezzo di Borsa (dividend yield) per le società su Piazza Affari è alto: tolto il Monte dei Paschi di Siena (zero) la media è del 3,7%, con picchi intorno al 5% per l'Eni (5,23%), l'Enel (4,98%) e le Poste (4,92%).

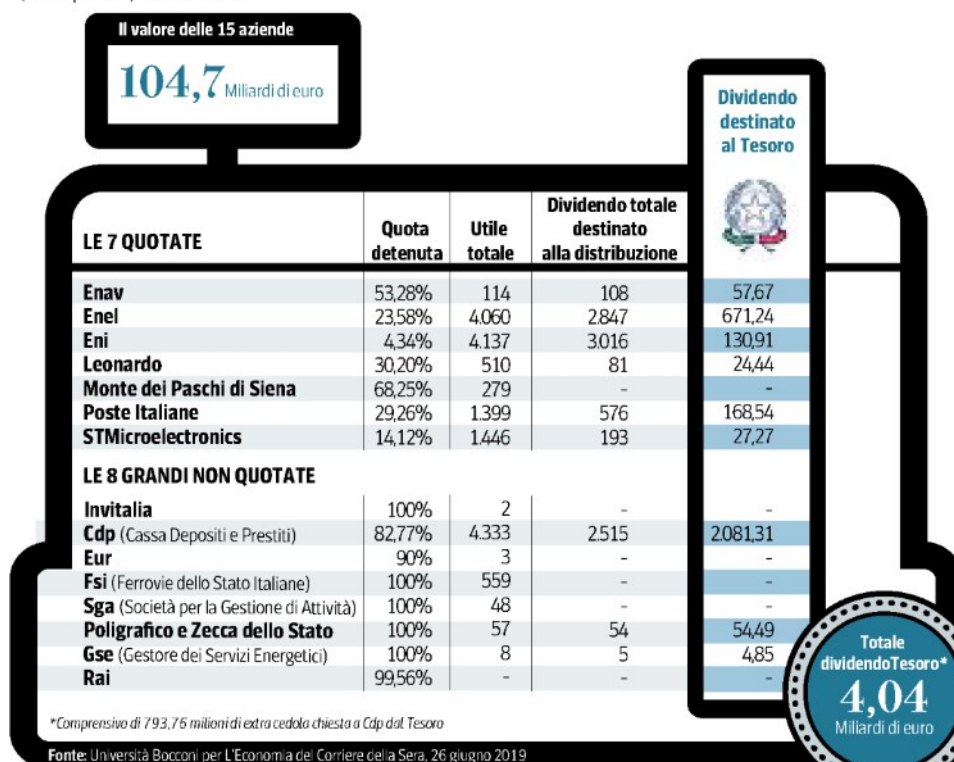
Il valore

Tutto mentre l'intero portafoglio delle grandi 15 società di Stato mantiene un valore elevato, compatibilmente con le oscillazioni di Borsa: 104,7 miliardi, calcola la Bocconi (dati al 26 giugno scorso, contro i 104,8 miliardi di fine aprile). E se le aziende più pesanti in questo senso sono Cdp, Enel ed Eni, in generale il rapporto fra dividendo e valore (calcolato secondo i prezzi di Borsa per le quotate e col metodo del patrimonio netto o dei multipli per le altre) è del 3%. Più dei titoli di Stato, che rendono sull'1-2% (1,38% il tasso medio all'emissione al marzo scorso).

Ed è curioso che i 3,2 miliardi di dividendi incassati dal Tesoro (al netto dei 79,4 milioni aggiuntivi richiesti a Cdp) equivalgano all'incasso dell'ultima asta di titoli di Stato, i Ctz e i Btp indicizzati con cui il Tesoro ha fatto il pieno con 3,25 miliardi di euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'incasso I dividendi distribuiti dalle maggiori società partecipate dal ministero dell'Economia, bilanci 2018 (2017 per Eur) - Milioni di euro





Google's Chrome browser has become surveillance software

Geoffrey A. Fowler

You open your browser to look at the Web. Do you know who is looking back at you?

Over a recent week of Web surfing, I peered under the hood of Google Chrome and found it brought along a few thousand friends. Shopping, news and even government sites quietly tagged my browser to let ad and data companies ride shotgun while I clicked around the Web.

This was made possible by the Web's biggest snooper of all: Google. Seen from the inside, its Chrome browser looks a lot like surveillance software.

Lately, I've been investigating the secret life of my data, running experiments to see what technology really gets up to under the cover of privacy policies that nobody reads. It turns out, having the world's biggest advertising company make the most popular Web browser was about as smart as letting kids run a candy shop.

It made me decide to ditch Chrome for a new version of nonprofit Mozilla's Firefox, which has default privacy protections. Switching involved less inconvenience than you might imagine.

My tests of Chrome vs. Firefox unearthed a personal data caper of absurd proportions. In a week of Web surfing on my desktop, I discovered 11,189 requests for would have ushered right onto my computer but were automatically blocked by Firefox. These little files are the hooks that data firms, including Google itself, use to follow what websites you visit so they can build profiles of your interests, income and personality.

Chrome welcomed trackers even at websites you would think would be private. I watched Aetna and the Federal Student

Aid website set cookies for Facebook and Google. They surreptitiously told the data giants every time I pulled up the insurance and loan service's log-in pages.

And that's not the half of it.

Look in the upper right corner of your Chrome browser. See a picture or a name in the circle? If so, you're logged in to the browser, and Google might be tapping into your Web activity to target ads. Don't recall signing in? I didn't, either. Chrome recently started doing that automatically when you use Gmail.

Chrome is even sneakier on your phone. If you use Android, Chrome sends Google your location every time you conduct a search. (If you turn off location sharing, it still sends your coordinates out, just with less accuracy.)

Firefox isn't perfect — it still defaults searches to Google and permits some other tracking. But it doesn't share browsing data with Mozilla, which isn't in the data-collection business.

At a minimum, Web snooping can be annoying. Cookies are how a pair of pants you look at in one site end up following you around in ads elsewhere. More fundamentally, your Web history — like the color of your underpants — ain't nobody's business but your own. Letting anyone collect that data leaves it ripe for abuse by bullies, spies and hackers.

Google's product managers told me in an interview that Chrome prioritizes privacy choices and controls, and they're working on new ones for cookies. But they also said they have to get the right balance with a "healthy Web ecosystem" (read: ad business).

Firefox's product managers told me they don't see privacy as an "option" relegated to controls. They've launched a war on surveillance, starting this month with "enhanced tracking protection" that blocks nosy cookies by default on new Firefox installations. But to succeed, first

Firefox has to persuade people to care enough to overcome the inertia of switching.

It's a tale of two browsers — and the diverging interests of the companies that make them.

The cookie fight

A decade ago, Chrome and Firefox were taking on Microsoft's lumbering giant Internet Explorer. The upstart Chrome solved real problems for consumers, making the Web safer and faster. Today it dominates more than half the market.

Lately, however, many of us have realized that our privacy is also a major concern on the Web — and Chrome's interests no longer always seem aligned with our own.

That's most visible in the fight over cookies. These code snippets can do helpful things, like remembering the contents of your shopping cart. But now many cookies belong to data companies, which use them to tag your browser so they can follow your path like crumbs in the proverbial forest.

They're everywhere — one study found third-party tracking cookies on 92 percent of websites. The Washington Post website has about 40 tracker cookies, average for a news site, which the company said in a statement are used to deliver better-targeted ads and track ad performance.

You'll also find them on sites without ads: Both Aetna and the FSA service said the cookies on their sites help measure their external marketing campaigns.

The blame for this mess belongs to the advertising, publishing and tech industries. But what responsibility does a browser have in protecting us from code that isn't doing much more than spying?

In 2015, Mozilla debuted a version of Firefox that included anti-tracking tech, turned on only in its "private" browsing mode. After years of testing and tweaking, that's what it activated this month on all websites. This isn't about blocking ads — those still come through. Rather,

Il Chrome di Google è diventato un software di sorveglianza

Firefox is parsing cookies to decide which ones to keep for critical site functions and which ones to block for spying.

Apple's Safari browser, used on iPhones, also began applying "intelligent tracking protection" to cookies in 2017, using an algorithm to decide which ones were bad.

Chrome, so far, remains open to all cookies by default. Last month, Google announced a new effort to force third-party cookies to better self-identify and said we can expect new controls for them after it rolls out. But it wouldn't offer a timeline or say whether it would default to stopping trackers.

I'm not holding my breath. Google, through its DoubleClick and other ad businesses, is the No. 1 cookie maker — the Mrs. Fields of the Web. It's hard to imagine Chrome ever cutting off Google's moneymaker.

"Cookies play a role in user privacy, but a narrow focus on cookies obscures the broader privacy discussion because it's just one way in which users can be tracked across sites," said Ben Galbraith, Chrome's director of product management. "This is a complex problem, and simple, blunt cookie-blocking solutions force tracking into more opaque practices."

There are other tracking techniques — and the privacy arms race will get harder. But saying things are too complicated is also a way of not doing anything.

"Our viewpoint is to deal with the biggest problem first, but anticipate where the ecosystem will shift and work on protecting against those things as well," said Peter Dolanjski, Firefox's product lead.

Both Google and Mozilla said they're working on fighting

"fingerprinting," a way to sniff out other markers in your computer. Firefox is already testing its capabilities and plans to activate them soon.

Making the switch

Choosing a browser is no longer just about speed and convenience — it's also about data defaults.

It's true that Google usually obtains consent before gathering data and offers a lot of knobs you can adjust to opt out of tracking and targeted advertising. But its controls often feel like a shell game that results in us sharing more personal data.

I felt hoodwinked when Google quietly began signing Gmail users into Chrome last fall. Google says the Chrome shift didn't cause anybody's browsing history to be "synced" unless they specifically opted in — but I found mine was being sent to Google, and I don't recall ever asking for extra surveillance. (You can turn off the Gmail auto-login by searching "Gmail" in Chrome settings and switching off "Allow Chrome sign-in.")

After the sign-in shift, Johns Hopkins associate professor Matthew Green made waves in the computer science world when he blogged he was done with Chrome. "I lost faith," he told me. "It only takes a few tiny changes to make it very privacy unfriendly."

There are ways to defang Chrome, which is much more complicated than just using "Incognito Mode." But it's much easier to switch to a browser not owned by an advertising company.

Like Green, I've chosen Firefox, which works across phones, tablets, PCs and Macs. Apple's Safari is also a good option on Macs, iPhones and

iPads, and the niche Brave browser goes even further in trying to jam the ad-tech industry.

What does switching to Firefox cost you? It's free, and downloading a different browser is much simpler than changing phones.

In 2017, Mozilla launched a new version of Firefox called Quantum that made it considerably faster. In my tests, it has felt almost as fast as Chrome, though benchmark tests have found it can be slower in some contexts. Firefox says it's better about managing memory if you use lots and lots of tabs.

Switching means you'll have to move your bookmarks, and Firefox offers tools to help. Shifting passwords is easy if you use a password manager. And most browser add-ons are available, though it's possible you won't find your favorite.

Mozilla has challenges to overcome. Among privacy advocates, the nonprofit is known for caution. It took a year longer than Apple to make cookie-blocking a default.

And as a nonprofit, it earns money when people make searches in the browser and click on ads — which means its biggest source of income is Google. Mozilla's chief executive says the company is exploring new paid privacy services to diversify its income.

Its biggest risk is that Firefox might someday run out of steam in its battle with the Chrome behemoth. Even though it's the No. 2 desktop browser, with about 10 percent of the market, major sites could decide to drop support, leaving Firefox scrambling.

If you care about privacy, let's hope for another David and Goliath outcome.

geoffrey.fowler@washpost.com