

Rassegna del 10/08/2018

| | | | |
|----------------------------|---|------------------------------|-----------|
| Sole 24 Ore | 11 Parterre - I giapponesi di Ntt pronti a vendere Buongiorno | <i>R.Fi.</i> | 1 |
| Il Fatto Quotidiano | 6 Dati medici digitali, la Lombardia sfida Ibm e li concede alla ricerca | <i>Della Sala Virginia</i> | 2 |
| Italia Oggi | 25 Intervista a Massimo Garavaglia - Servizi di consulenza, per Amazon non sarà gratis - Amazon, i dati hanno un costo | <i>Bartelli Cristina</i> | 4 |
| Italia Oggi | 15 L'e-commerce dei mobili punta sui servizi online - L'arredamento a portata di click | <i>Greguoli Venini Irene</i> | 6 |
| Italia Oggi | 19 ePrice, ricavi del semestre a -17,4% | <i>Plazzotta Claudio</i> | 8 |
| Italia Oggi | 16 Walmart vuole moda per giovani | <i>Livi Marco</i> | 9 |
| Avvenire | 3 Vite digitali - WhatsApp, la fiducia e la moltiplicazione del falso | <i>Rancilio Gigio</i> | 10 |
| Repubblica | 26 Pechino, dopo Apple anche Google pronta a piegarsi alla censura | <i>Santelli Filippo</i> | 11 |
| Italia Oggi | 2 Il punto - I giganti del web guadagnano molto e pagano tasse che sono ridicole | <i>Luciano Sergio</i> | 12 |
| Sole 24 Ore | 16 Nuove carriere e formazione nell'era della tecnologia | <i>Campanella Edoardo</i> | 13 |
| Sole 24 Ore | 11 Tim-Open Fiber, Di Maio guarda alla rete unica «solo se strategica» | <i>Olivieri Antonella</i> | 15 |
| Repubblica | 27 Ok Opa su Eir Towers il governo rinuncia al golden power | ... | 16 |
| Italia Oggi | 18 Chessidice in viale dell'editoria - Mise, istituito il tavolo Tv 4.0 per il rilascio della banda 700 | ... | 17 |

PARTERRE

I giapponesi di Ntt pronti a vendere Buongiorno

Il colosso giapponese delle telecomunicazioni mobili Ntt Docomo sembra pronto a vendere la sua controllata italiana Buongiorno: secondo quanto riportato dal Financial Times, il gruppo nipponico punterebbe a ridurre la presenza internazionale per concentrarsi maggiormente sul mercato domestico. E, all'interno di questa razionalizzazione, finirebbero in vendita alcuni asset all'estero tra cui Buongiorno. Ntt Docomo ha comprato Buongiorno, società fondata a Parma da Mauro Del Rio, nel 2012 per circa 210 milioni di euro. Un anno fa la divisione ha preso il nome di Docomo Digital, accelerando nelle soluzioni di business collegate al mobile commerce e a tutto il settore dei pagamenti legati al fintech.

La strategia di razionalizzazione prende corpo dopo che Docomo ha avviato negli ultimi decenni una scelta di alleanze e acquisizioni all'estero rilevando pacchetti azionari in operatori come At&t, Kpn, Three Uk e Tata. L'operazione su Buongiorno sei anni fa era stata presentata come cruciale nella strategia di allargamento del business alle transazioni finanziarie su mobile. Ora la decisione di rifocalizzarsi sul Giappone. (R.Fi.)



Dati medici digitali, la Lombardia sfida Ibm e li concede alla ricerca

Codici Ok alle norme per accedere al maxi archivio regionale. L'intesa con la multinazionale è al palo



Consulto libero

Intanto nel mondo c'è chi lotta per il diritto a gestire le sue informazioni in autonomia
» VIRGINIA DELLA SALA

Lo ha raccontato ieri sera il programma di Barbara Carfagna, *Codice*, che va in onda su Rai 1: i dati sanitari sono una ricchezza immensa, scientifica ed economica. Tanto che in Lombardia è stata deliberata l'autorizzazione a richiedere l'accesso a una enorme banca dati che contiene i numeri sulle prestazioni sanitarie e la salute dei cittadini lombardi a patto che ad utilizzarli siano enti di ricerca sanitari e che i dati siano resi completamente anonimi. Una scelta che arriva su sollecitazione degli enti universitari e che risponde allo scandalo di cui ha dato notizia Gianni Barbacetto sul *Fatto Quotidiano*, del memorandum of understanding segreto tra Matteo Renzi e Ibm per cedere i dati sanitari a patto che l'azienda sviluppasse parte del progetto Watson nell'area dell'Expo. Dati che valgono oro e di cui è difficilissimo avere libertà di gestione. Basti pensare che in Italia non è neanche possibile fotografare la propria cartella clinica.

CON UNA DELIBERA della settimana scorsa, la Regione Lombardia ha approvato l'

"Accesso ai dati del DataWarehouse regionale": si tratta, in parole semplici di un archivio di dati digitalizzati che raccoglie da un decennio le informazioni sanitarie - in particolare delle prestazioni - dei cittadini della Lombardia. Un progetto già deliberato parzialmente nel 2016, senza però

che fossero indicate le finalità per cui si poteva chiedere accesso. Ora c'è la possibilità di concedere l'accesso all'archivio ai ricercatori delle università, dei centri di ricerca e degli Istituti di ricovero e cura a carattere scientifico (Ircs), sia pubblici sia privati, a patto che abbiano sede in Lombardia e che siano supervisionati della Regione. Le finalità per cui possono essere richiesti vanno dalla valutazione dell'efficacia delle cure all'appropriatezza delle prestazioni, passando per i fattori di rischio connessi agli stili di vita e la prevenzione delle malattie. Ma come vengono messi in sicurezza questi dati? La Regione assicura che saranno potenziate le misure per anonimizzarli, in modo tale che sia difficile risalire ai singoli anche incrociando altri database, e renderli disponibili solo in

modo aggregato e per le finalità stabilite. "L'ente deve garantire che svolgerà direttamente le attività promosse e richieste dalla Regione senza commissionarle ad altri - si legge nella delibera -. Va utilizzato personale dotato delle conoscenze specifiche, in particolare nel settore della pro-

tezione dei dati personali. Università e Ircs per capacità e affidabilità devono fornire idonea garanzia del pieno rispetto delle vigenti disposizioni in materia di trattamento dei dati". L'iter sarà comunque lungo: si dovrà chiedere l'accreditamento alla Regione, ci sarà una commissione incaricata di verificare la bontà dei progetti e la creazione di un albo regionale con validità quinquennale. I progetti proposti devono avere già un'approvazione di altre istituzioni pubbliche come il ministero della Salute, l'Istituto superiore di Sanità e la Comunità europea.

La questione Ibm sembra invece essere su un binario morto. Dopo il memorandum del 2016, il Mise chiese alla Regione tramite Invitalia se era interessata a raggiungere un accordo di programma, che però era subordinato alla valutazione di due authority, antitrust e privacy, che non è mai arrivata. Il tema quindi non ha ancora coinvolto in alcun modo il neo governatore leghista, Attilio Fontana e potrebbe arenarsi in modo naturale.

ALLARGANDO lo sguardo al resto del mondo, c'è invece chi lotta per poter gestire autonomamente le informazioni sulla propria salute. Come Dana Lewis, una ragazza dell'Alabama che soffre di diabete di tipo 1: "Dovevo misurare la gli-



ce mia almeno 14 volte al giorno – spiega a *Codice* - e fare iniezioni di insulina”. I macchinari con cui monitorava i livelli non erano abbastanza potenti da riuscire a svegliarla se di notte aveva un improvviso calo. “Così ho pensato di collegare il computerino al telefono in modo che potesse attivare la suoneria”. Si è però accorta che non c’era modo di avere accesso a quei dati, nonostante riguardassero lei. “Ho trovato qualcuno che ci è riuscito, li ho riversati nel cloud e sono riuscita a impostare un allarme sullo smartphone”.

L’evoluzione è arrivata quando ha collegato a questo sistema anche l’iniezione automatica delle dosi di insulina necessarie per tenere i valori nella normalità. “Ho inserito il progetto in una comunità virtuale open source – ha spiegato – in cui ognuno ha dato il suo contributo per creare questo pancreas digitale, oggi usato da 700 persone nel mondo”. Ha poi creato una app su cui è possibile inserire i propri dati sanitari in modo anonimo, così come altri stanno sviluppando sistemi sulla blockchain (la tecnologia alla base dei Bitcoin) per permetterne la trasmissione blindata e sicura. Ma la strada è ancora lunga.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Al Pirellone
Il governatore
Fontana *Ansa*



Il punto
In Italia, con il Codice della privacy del 30 giugno 2003, molti dati sanitari potevano essere rilasciati anonimizzati dietro richiesta ai ricercatori per fini di studio e in accordo con

il Garante della privacy. Per la prima volta, però, si ha un accesso a una mole molto ampia, relativi a farmaci, ricoveri, attività ambulatoriali, degli ultimi 10 anni. Svariate decine di milioni di prestazioni, tra prescrizioni farmaceutiche, ambulatoriali e ricoveri si arriva almeno a 900 milioni



INTERVISTA A GARAVAGLIA

Servizi di consulenza, per Amazon non sarà gratis

Bartelli a pag. 25

L'idea del viceministro all'economia Massimo Garavaglia. E-fattura senza proroghe

Amazon, i dati hanno un costo

I servizi di consulenza fiscale devono essere tassati

DI CRISTINA BARTELLI

Se Amazon vorrà prestare servizi di consulenza fiscale dovrà pagare, visto che incamererà una grande quantità di dati sui contribuenti. La web tax applicata in un solo paese è inutile: serve una dimensione almeno europea. Gli 80 euro di Renzi saranno valutati all'interno della revisione delle tax expenditure e del piano flat tax, già con la prossima legge di bilancio. La pace fiscale si farà e i comuni dovranno ripensare ai loro servizi di riscossione, mentre la fatturazione elettronica partirà dal 1° gennaio senza deroghe e regimi soft. È a tutto campo il pensiero del viceministro all'economia Massimo Garavaglia che coadiuverà il ministro Giovanni Tria su fisco, sanità e autonomie. Ecco come spiega a *ItaliaOggi* l'agenda fiscale del ministero di via XX Settembre.

Domanda. Riordino delle tax expenditure: qual è il progetto a cui state lavorando? Ci sarà, detto in soldoni, un taglio lineare delle voci con l'abbassamento dell'aliquota dal 19 al 15%?

Risposta. No, nel senso che tutto è ancora da verificare. Stiamo facendo le ipotesi e le simulazioni. In generale si può fare un ragionamento sulle tax expenditure sia su persone fisiche sia su imprese ma ha senso farlo in un'ottica di profonda revisione del sistema fiscale in vista della flat tax. Se fai una rivoluzione ci sta mettere mano a questo sistema fatto di una

miriade di piccole e grandi prebende.

D. A che legge di bilancio state lavorando in termine di saldi?

R. Dipende dall'interlocuzione con la Commissione europea. Ad oggi non ci sono ragionamenti. Con la nota di aggiornamento si avrà il quadro definitivo.

D. Tutti guardano con curiosità e attesa alla pace fiscale. Può anticiparne le linee?

R. Non annuncio nulla che non sia definitivo. I criteri generali sono già noti: fare un profondo ragionamento sui piccoli importi giacenti da una vita che non ha senso tenere lì. E tenere conto di situazioni particolari in cui il contribuente non è in mala fede ma è stato nell'impossibilità di adempiere al proprio dovere. Altro tema, ma questa è una mia considerazione personale, riguarda il ruolo di Equitalia, o come si chiama oggi Agenzia della riscossione, che si sostituisce ai comuni nella riscossione. La cosa ha senso fino a un certo punto. Lo stato fa lo stato e non ha senso che i comuni scarichino su di esso anche le loro inefficienze nella riscossione. Sarebbe meglio un ruolo proattivo degli enti locali nell'attività della riscossione, che oltre tutto imballa inutilmente il lavoro delle strutture con una miriade di piccoli importi.

D. La nomina a direttore dell'Agenzia delle entrate di Antonino Maggiore, generale della Guardia di finanza (si veda *ItaliaOggi* di ieri) è un

piccolo terremoto. I dipendenti hanno la sensazione di essere stati commissariati. È così?

R. Macché. Più che un generale della Guardia finanza, chi devi mettere? Per me conta di più la competenza, che in questo caso è fuori da ogni dubbio.

D. A gennaio parte senza proroghe, come ha indicato anche il ministro Tria, la fatturazione elettronica. Tema sensibilissimo per i professionisti che percepiscono l'adempimento come fumo negli occhi. Si è parlato di un ipotesi di avvio ma senza sanzioni: cosa arriverà in legge di bilancio?

R. Lo ritengo impossibile, e anche sbagliato. Impossibile perché rinviare la misura costerebbe 2 miliardi e non mi pare abbia senso recuperare 2 miliardi per prevedere di rinviare la misura. Dando per buona la valutazione che porterà la fatturazione elettronica come beneficio nel bilancio dello stato, non si può più tornare indietro, ma lavorare per far sì che



l'introduzione diventi una semplificazione effettiva. E non ci sarà una leva sulle sanzioni con regimi transitori o ibridi proprio per il discorso della copertura.

D. L'avvio della flat tax sarà, semplificando, una riforma del regime dei minimi? Ci sarà una flat tax con ampliamento dei requisiti d'accesso?

R. Questo è sicuramente un primo approccio che riguarda il mondo delle imprese. Ma non ci si fermerà. L'obiettivo del ministro, che condividiamo in toto, è di presentare una misura completa con una prospettiva di legislatura, chiara e coerente con tutto il sistema: le imprese da un lato e le persone fisiche dall'altro.

D. Una politica fiscale che guarda ai piccoli. Ma si è fatto, ultimamente, un gran parlare del regime di vantaggio fiscale previsto per chi ha grosse disponibilità finanziarie, come Ronaldo. La cosiddetta norma attira Paperoni. Sono in 180, secondo il dipartimento delle finanze, ad averne usufruito. Lavorerete a qualcosa anche

per attrarre capitali stranieri?

R. Questa è la flat tax che il Pd ha messo per i super ricchi. A noi interessa partire sui redditi più bassi per persone fisiche e imprese. Fa strano dirlo ma abbiamo un'idea più di sinistra.

D. Si è parlato tantissimo di multinazionali del web e pianificazione fiscale aggressiva. L'anno scorso sia la Ue sia l'Ocse hanno avviato

progetti per la tassazione del digitale e l'Italia ha fatto una fuga in avanti con la web tax ancora da attuare: che intenzioni avete su questo dossier?

R. Allora giustamente si parlò di fughe in avanti. Non è tema ancora condiviso, ma io penso che misure come queste, che riguardino i giganti del web, possono funzionare a livello come minimo europeo. Altrimenti non hanno senso, anzi possono essere un boomerang per il paese. Altra cosa è invece valutare interventi a fronte di attività che riguardano solo il nostro paese. Un esempio: supponiamo che, come sembra intenzionata a fare Amazon, una multinazionale dia servizi di supporto di fatturazione elettronica, anche gratuitamente. Comprensibile il beneficio che ne avrebbe in termini di raccolta di dati utili al proprio business. In tal caso avrebbe senso che lo stato facesse pagare qualcosa a fronte di questo servizio offerto.

D. Sempre i professionisti sono in attesa del dpcm per evitare il doppio pagamento ad agosto. Che cosa si può dire per tranquillizzarli?

R. Che siamo in dirittura d'arrivo. Provvederemo credo già nel prossimo consiglio dei ministri.

D. Il tema del giorno: gli 80 euro restano o saranno rimodulati anche in ottica di tax expenditure?

R. Il ministro si è posto il tema ma il tutto va visto nel piano flat tax. Personalmente sono convinto che gli 80 euro sarebbe stato meglio metterli fin da subito come riduzione di imposta piuttosto che come bonus. Si sa che non è stato fatto perché si voleva avere l'evidenza sul cedolino della dizione «bonus Renzi». Tuttavia ritengo che al cittadino non importi nulla che arrivino come bonus o come detrazione fiscale. Quel che conta è il netto in busta paga.

—© Riproduzione riservata—



Massimo Garavaglia

BATTAGLIA TRA PORTALI

L'e-commerce dei mobili punta sui servizi online

Greguoli

L'e-commerce di mobili è in crescita, ma è sui servizi online che le aziende puntano

L'arredamento a portata di click

Da Houzz a Ikea: idee da designer e realtà aumentata

DI IRENE GREGUOLI VENINI

La rivoluzione digitale sta portando sempre di più online il mondo dell'arredamento, non solo in termini di e-commerce in cui, pur con numeri ancora contenuti in Italia, sta crescendo molto, ma anche con piattaforme e app che mettono in contatto gli utenti con progettisti e architetti o che sfruttano la realtà aumentata per far provare come starebbero i mobili in casa, con la possibilità anche di comprarli.

L'arredamento online, secondo le stime della School of Management del Politecnico di Milano, arriverà a valere 1,26 miliardi di euro nel 2018 in Italia, con un aumento del 44%. Non per nulla sono diversi i progetti che intendono sfruttare il potenziale di questo mercato emergente.

Per esempio c'è Houzz, piattaforma digitale che mette in connessione proprietari di casa, appassionati di design e professionisti del settore, come architetti e designer (nella Penisola sono 40 mila), contando su 40 milioni di utenti unici mensili e 16 milioni di foto di interni ed esterni: sul sito o sull'app è possibile contattare i professionisti, prendendo visione del loro portfolio e delle relative recensioni, consultare guide e articoli, trovare consigli, immagini di case e un catalogo globale di arredamento e design. Tra le varie funzioni c'è per esempio Sketch per facilitare la collaborazione tra privati e professionisti, consentendo di aggiungere sulle foto prodotti e materiali presenti sulla piattaforma, di cliccare

sui singoli elementi per avere maggiori informazioni, ma anche di scrivere o disegnare sulle immagini e condividere il progetto con familiari, amici e professionisti.

Inoltre, è stato lanciato anche in Italia Houzz Pro+, un programma premium di marketing locale dedicato ad architetti, designer e arredatori per raggiungere una maggiore visibilità sul mercato.

Uno degli sviluppi più interessanti è però il coinvolgimento dei brand: per ora è possibile comprare sul sito gli articoli visualizzati solo negli Stati Uniti e nel Regno Unito, ma in futuro ci sarà l'apertura di questa funzione anche in altri paesi.

Tra i colossi dell'arredamento c'è per esempio Ikea, il cui obiettivo è arrivare a far pesare le vendite online per il 10% del fatturato complessivo nel 2020, che si sta muovendo con diverse iniziative nel digitale, tra cui un'app (Ikea Place), che grazie alla tecnologia della realtà aumentata permette ai clienti di visualizzare più di 2 mila prodotti in 3D a casa propria: i mobili e i complementi di arredo vengono infatti mostrati in scala reale nelle ambientazioni che l'utente inquadra con lo smartphone, con la possibilità di condividere le immagini e di comprare i prodotti direttamente dall'e-commerce del brand. Oltre a ciò, l'azienda svedese ha appena lanciato in Italia, a partire da Milano, gli Ikea Locker, ovvero dei punti self service

all'esterno dei negozi dove ritirare in autonomia, 24 ore su 24, ciò che si acquista con la formula clicca e ritira, e ha pure annunciato che sperimenterà la vendita su siti di terzi.

Poi c'è anche il mondo delle startup, in cui cominciano a emergere progetti che si basano sul mercato online dell'arredamento: ne è un esempio **HoloTransfer**, un'app sviluppata da

Eggon e basata sulla realtà aumentata, con cui vedere oggetti virtuali in 3D all'interno degli ambienti domestici: l'idea è realizzare un sistema in cui il consumatore possa trovare gli elementi di arredo di diversi marchi e anche acquistare direttamente gli oggetti e i mobili mostrati sulla piattaforma.

© Riproduzione riservata





In alto, uno degli ambienti mostrati in Houzz. A destra, l'app Ikea Place che permette di vedere con la realtà aumentata i mobili del marchio nella propria casa e quella di HoloTransfer che ha un funzionamento simile ma con i prodotti di diversi marchi



ePrice, ricavi del semestre a -17,4%

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Il mestiere di piattaforma di e-commerce, con un colosso come Amazon che ormai avvolge l'intero universo, non è semplice. E ne sanno qualcosa i soci e gli azionisti di ePrice, gruppo fondato da Paolo Ainio, presidente e, dallo scorso aprile, pure amministratore delegato dopo le dimissioni di Pietro Scott Jovane. C'è un nuovo piano industriale 2018-2023 che già ha prodotto i suoi effetti nel trimestre aprile-giugno 2018. Tuttavia i conti di ePrice nel primo semestre 2018 non sono proprio di quelli da incorciare: i ricavi crollano del 17,4% a quota 74,8 milioni, con un andamento ancor più negativo, e al di sotto delle attese, nel secondo trimestre, dove gli incassi scendono del 20,7% a causa di un mese di giugno molto debole.

L'ebitda del primo semestre 2018 è negativo per quasi 4 milioni di euro (-7,7 milioni nel primo semestre 2017), l'ebit è in rosso per 8,3 milioni (-10,7 mln nel 2017), e la perdita si contiene a quota 5,75 milioni (rosso di 10,3 mln nel 2017) solo per merito dei 3,28 milioni di utili derivanti da attività destinate alla dismissione (2,5 mln dalla cessione di Bnk4 Saldiprivati e 785 mila euro versati da Mondadori e legati alla passata cessione a Segrate della divisione Vertical content, ovvero Banzai media).

Come spesso accade, il nuovo piano industriale punta soprattutto ad azioni di efficientamento: -14% dei costi del personale nel primo semestre, che calano addirittura del 22,5% nel secondo trimestre. In effetti, i dipendenti di ePrice sono

passati dai 170 del giugno 2017 ai 145 del giugno 2018 (quattro dirigenti, 17 quadri, 122 impiegati e 2 operai). E si andrà avanti su questa strada. Una strada fatta in gran parte di vendite online di elettrodomestici ed elettronica di consumo, con una rete territoriale di 134 Pick & Pay (erano 132 nel giugno 2017) e di 290 Lockers (297).

Peggiorata la posizione finanziaria netta, che era positiva per 21,3 milioni di euro nel giugno 2017 e che ora resta positiva solo per 6,4 mln, con debiti verso banche cresciuti a quota 6,5 milioni (erano 2 milioni nel giugno 2017).

Come spiegano gli amministratori di ePrice, l'impatto del nuovo piano industriale sarà più evidente nei prossimi mesi, e si prevede comunque di chiudere il 2018 migliorando l'ebitda e con una posizione finanziaria netta ancora positiva.

Tuttavia, il fatto che dal 1° agosto ePrice abbia stretto un accordo per vendere grandi elettrodomestici su Amazon ha un po' il sapore della resa verso il big mondiale di Jeff Bezos.

Ainio si potrà comunque consolare con l'Inter, poiché da luglio ePrice è diventato l'Official online retail partner della società calcistica nerazzurra.



Paolo Ainio



Per competere con Amazon il gigante della distribuzione sta moltiplicando i brand online

Walmart vuole moda per giovani

Il modello è il sito etico Everlane, ma con prezzi più bassi

DI MARCO LIVI

Walmart è decisa a conquistare i giovanissimi con l'e-commerce. E dal momento che il proprio marchio suona un po' tradizionale, sta cercando qualcosa di nuovo, che sia in grado di attrarre i millennials o in prospettiva anche la generazione Z (i nati dalla seconda metà degli anni 90 al 2010). In un primo momento il gigante della grande distribuzione Usa aveva pensato a nuove acquisizioni, ma ora sta valutando la possibilità di far da sé. Secondo il sito *Business of Fashion* sta infatti sviluppando un marchio di abbigliamento online basics che imita Everlane ma a un prezzo ancora più basso.

A capo della nuova avventura c'è **Andy Dunn**, fondatore e ceo di Bonobos, la società

che Walmart ha acquisito nel 2017 per 310 milioni di dollari (267,4 mln di euro), che è senior vice president digital consumer brands di Walmart e-commerce.

Il confronto con Everlane, in realtà, non sembra del tutto appropriato. Se è vero che l'abbigliamento del marchio ha prezzi bassi ma non stracciati, con T-shirt che partono dai 15 dollari e maglioni di cashmere a 100 dollari, la missione che si è data il brand è di affiancare alla qualità una produzione etica offrendo la massima trasparenza sui costi e sui prezzi ai propri clienti. Cosa che Walmart non ha esattamente nel suo Dna.

Il business di Everlane è talmente fuori dal comune che su determinati prodotti su cui ha eccesso di stock offre ai clienti la possibilità di scegliere il prezzo fra tre a disposizione. Per esempio, attualmente una camicia da donna in seta il cui prezzo originale era di 88 dollari, è offerta a 71, 80 o 84 dollari. Il cliente è libero di scegliere:

Everlane spiega che nel primo caso il 20% del prezzo spetta all'azienda e serve per coprire sviluppo e spedizione, negli altri casi l'extra guadagnato si destina ai dipendenti.

Bisogna vedere quindi se Walmart seguirà esattamente questa strada allontanandosi da quanto fatto finora, per lo meno con il nuovo brand. Di sicuro attrarre i millennials e la generazione Z non è cosa facile e qualcosa bisognerà inventarsela.

Il colosso Usa ha bisogno di creare più marchi per competere con Amazon e per questo finora è andato avanti con le acquisizioni di Jet.com, un sito di e-commerce che offre di tutto, dagli snack al cibo per i cani, e Modcloth, che invece vende abbigliamento e accessori vintage per la donna. Inoltre Walmart ha fatto debuttare altri marchi creati internamente come Allswell (materassi e linea letto) e Terra and Sky (moda femminile per taglie forti). E i risultati arrivano: nella trimestrale pubblicata a maggio, l'azienda ha riportato vendite di e-commerce negli Stati Uniti aumentate del 63%.

—© Riproduzione riservata—



Da sinistra, modelle di Modcloth, il sito per taglie forti di Walmart, e alcuni prodotti di Everlane, il sito a cui Walmart si sta ispirando per il suo nuovo marchio online



Andy Dunn



WhatsApp, la fiducia e la moltiplicazione del falso



vite
digitali

di Gigio Rancilio

Se su Google digitate la parola «fiducia», il primo risultato che appare recita: «La fiducia è l'anello di acciaio che consolida tutte le relazioni importanti». Giusto. Ma la fiducia è anche alla base di decine di azioni che facciamo ogni giorno, senza quasi pensarci. Dal prendere un mezzo di trasporto all'andare dal dentista, dal farci riparare una tapparella a mangiare in un ristorante ciò che facciamo presuppone che ci stiamo fidando di una persona, di un professionista o di un gruppo di professionisti. Non tutti ovviamente sono bravi in ugual modo. E alcuni possono persino essere degli impostori.

Nel cosiddetto mondo reale, però siamo convinti di saperci muovere. E quindi, tutto sommato, siamo tranquilli. Le cose cambiano quando abbiamo a che fare con la tecnologia digitale. Un tempo la consideravamo inattaccabile. E se una macchina digitale ci tradiva, eravamo portati a pensare che non fosse davvero tutta colpa sua. «I computer non sbagliano. Sono servi sciocchi» ci ripetevano. Lasciando da parte l'enorme e complesso mondo dell'intelligenza artificiale e tutte le sue future implicazioni, più passa il tempo e più vediamo che la tecnologia può essere manipolata con sempre più facilità e da sempre più persone, creando danni enormi. Abbiamo scoperto che sui social ci sono «bot» (cioè programmi «robot») che si fingono umani per orientare il pensiero comune. Che certe notizie false, se rilanciate nel digitale con alcuni «trucchi» hanno molta più forza di quelle vere. Che le ricerche su Internet possono agevolare alcuni rispetto ad altri e che persino WhatsApp, nato come sistema di messaggistica, può venire hackerato «per manipolare i messaggi inviati all'interno dei gruppi di discussione o delle chat private». Ieri l'azienda israeliana di cybersecurity Check Point Software ha scoperto «una nuova falla di WhatsApp che permetterebbe a un criminale informatico di sostituire o creare ex novo messaggi a nome e per conto di persone di vostra fiducia».

Immaginatevi la scena: ricevete un messaggio da una persona (o da un'azienda) che conoscete bene e di cui vi fidate, che

vi chiede di fare qualcosa di molto importante. Qualcosa che vi spinge a fare un'azione pesante. Voi vi fidate e la fate. Il messaggio però era stato creato ad arte per truffarvi e manipolarvi.

Se a questo aggiungete che da tempo esistono programmi capaci di rimontare video, facendo dire al protagonista (famoso o no) praticamente ciò che si vuole e che esistono app dove viene sostituita (per ora in maniera non perfetta) la faccia di una persona comune in video pornografici (ma potrebbero essere usate per qualunque video) ci troviamo di fronte a un problema grande come una casa. Che non riguarda solo «le fake news». Ma tutto un mondo dove presto qualunque cosa potrà essere «fake», cioè falsa, o spacciato per tale anche quando sarà vera.

Nel frattempo, anche senza hacker, c'è la capacità dell'uomo di usare le tecnologie anche per dare il peggio di sé. A giugno, in India, cinque uomini sono stati linciati dalla folla nello stato occidentale del Maharashtra, in India, a causa delle false voci su rapimenti di bambini che si stanno diffondendo da tempo su WhatsApp. Una piaga che ha portato il Governo indiano a chiedere la chiusura di WhatsApp, perché ritenuto complice di questa serie di omicidi.

Il problema è mondiale. «WhatsApp è un veicolo di disinformazione virale», ha scritto Shan Wang su NiemanLab, ricordando che per fortuna in Brasile e Messico la società di Zuckerberg ha avviato collaborazioni con numerose organizzazioni per creare task force in grado di fermare le notizie false che vagono propagate con questa app.

Quello che era nato come un sistema gratuito di messaggistica è infatti ormai diventato un social. Una piattaforma dove non solo si inviano con facilità messaggi di testo, ma anche foto, video e note vocali, e dove si possono creare gruppi e liste ma che è anche un luogo perfetto per condividere notizie, vere e false.

Non c'è giorno che non scopriamo che qualcosa o qualcuno viene manipolato digitalmente. E il rischio è, che non avendo strumenti abbastanza efficaci per difenderci, finiremo per non credere a nessuno. O peggio: solo a quello o a quelli che ci convengono. Illudendoci così di non essere comunque dei potenziali truffati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Pechino, dopo Apple anche Google pronta a piegarsi alla censura

Le regole per le multinazionali sono inflessibili mai citazioni di Taiwan e niente Dalai Lama

Dal nostro corrispondente

FILIPPO SANTELLI, PECHINO

Dunque avevano ragione i cinici, quelli che a Google non hanno mai creduto. La startup che dell'etica ha fatto un motto ("Don't be evil", non fare del male), che è scappata dalla Cina in nome di un web libero, oggi pur di ritornarci è disposta a lanciare una barra di ricerca censurata, versione monca del suo prodotto simbolo. Una mappa della Rete senza democrazia o dissidenti, come Pechino comanda: se l'indiscrezione verrà confermata, il fronte delle imprese che non vendono l'anima al dio profitto perderà un altro dei suoi campioni. Ma a ben guardare, quando si tratta di Cina, a tenere la linea del fronte sono rimaste davvero in poche. Negli ultimi mesi diversi colossi occidentali si sono inginocchiati davanti al Dragone, sempre più consapevole che un miliardo e 400 milioni di consumatori lanciati verso il benessere sono una bella arma per imporre la propria agenda. Che si tratti di far cancellare Taiwan dalla lista degli Stati sovrani, come hanno fatto le maggiori compagnie aeree mondiali. O di assicurarsi libero accesso a mail e messaggi dei cittadini, come ha garantito Apple. Imprese succubi o complici di una campagna politica condotta (anche) sul terreno degli affari.

Prendete Taiwan, verso cui la pressione di Pechino negli ultimi mesi è diventata soffocante. A febbraio la catena di alberghi americana Marriott si è scusata per averlo indicato su un questionario come Paese indipendente, violando «sovranità e continuità territoriale della Cina». Stessa contrita apologia recitata dal marchio della moda Gap, che su una t-shirt venduta negli Usa ha stampato una cartina del Dragone priva dell'isola. Forti di questi successi, a maggio le autorità comuniste hanno recapitato una lettera a 44 compagnie aeree internazionali intimandole di indicare sui loro siti lo scalo di Taipei come parte della Cina, pena il bando. E qualche giorno fa tutte, comprese le americane Delta, American e United, si sono uniformate al «nonsense orwelliano» (copyright della Casa Bianca). Nota bene: non solo sulle pagine web in mandarino, ma in tutto il mondo. Del resto dal punto di vista degli azionisti e dei loro interessi non fa una piega. Per i tedeschi di Mercedes il Dragone è il primo mercato al mondo, un quarto di tutte le vendite: spiega la deferenza con cui la casa di Stoccarda ha chiesto perdono per aver citato su Instagram, peraltro censurato in Cina, una frase del Dalai Lama: «Guarda a una situazione da tutti gli angoli e diventerai più aperto». Dall'angolo di Pechino non

suonava così bene e poche ore dopo, di fronte a una rivolta online e al rischio di un boicottaggio, la casa di Stoccarda l'ha rimossa con tante scuse per il messaggio, udite udite, «profondamente scorretto». Certo l'autocensura di Google sarebbe un'inversione di marcia clamorosa, come dimostrano l'allarme delle associazioni per i diritti umani e l'indignata fibrillazione tra i dipendenti di Mountain View. Pure nell'ultra liberal Silicon Valley però chi è senza peccato scagli la prima pietra. Apple per esempio ha raggiunto la fantasmagorica valutazione di mille miliardi di dollari anche grazie alla passione dei ragazzi cinesi per il Melafonino. La creatura del compianto Steve Jobs proclama che la «privacy è un valore umano fondamentale», è arrivata a dichiarare guerra all'Fbi pur di non sbloccare l'iPhone dell'attentatore di San Bernardino, ma alla corte di Xi Jinping si è uniformata in silenzio alla nuova legge sulla cybersicurezza, spostando tutti i dati degli utenti cinesi sul territorio del Dragone, in server accessibili in qualsiasi momento alle autorità. Una condiscendenza che non potrà che crescere, man mano che aumenta l'importanza del mercato cinese per i conti delle multinazionali. Pechino val bene un po' di censura.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I punti



Apple e i dati

La multinazionale di Cupertino ha spostato tutti i dati degli utenti cinesi sul territorio del Dragone, in server accessibili in qualsiasi momento alle autorità



Taiwan non esiste

Le più grandi compagnie aeree Usa hanno dovuto cancellare Taiwan dalla lista degli Stati sovrani. Casi simili per gli alberghi Marriott e il marchio di abbigliamento Gap.



Il Dalai Lama

Mercedes ha chiesto scusa per aver citato su Instagram, censurato in Cina, una frase del Dalai Lama: «Guarda a una situazione da tutti gli angoli e diventerai più aperto».



IL PUNTO

I giganti del web guadagnano molto e pagano tasse che sono ridicole

Stupisce solo che non insorga proprio nessuno

DI **SERGIO LUCIANO**

Apple, Google, Facebook, Amazon, Airbnb, Uber e Tripadvisor, hanno versato in tutto al fisco tricolore nel 2017 poco più di 14 milioni: come possano la politica e la società civile tollerare ancora questa truffa proterva ai danni di tutti noi è incomprensibile. Altro che flat-tax: se ci fosse ancora, in Europa, un briciolo di senso dello stato, da domattina le sedi fisiche di queste aziende in tutta l'Unione europea dovrebbero essere poste sotto sequestro, insieme con i beni personali dei consiglieri d'amministrazione, finché dai loro quartier generali americani (che intanto li retribuiscono profumatamente) non arrivassero i conti al centesimo di quanto fatturano e quanto guadagnano in Italia (come in Francia, Germania ecc.) e non arrivasse l'F24 con tutte le imposte evase negli ultimi dieci anni da pagare con gli interessi.

Cosa c'è successo? Cos'è quest'imbambolamento servile nei confronti di questi sedicenti «tycoon» del digitale, asseriti portatori di progresso e innovazione, che speculano in realtà sulla natura atipica del loro business, apolide perché virtualmente organizzato nella Rete ma non certo per la nazionalità dei loro proventi? Dobbiamo dire grazie a Barack Obama e a uno stuolo di utili idioti e cinici speculatori

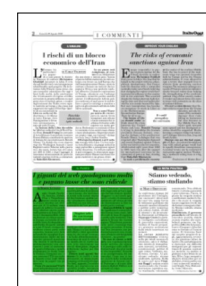
come lui, che un po' ovunque, e in Italia abbondantemente, decantano da anni le virtù di un mondo che in realtà non crea vera innovazione ma vive di «disruption», elegante definizione inglese per dire «rapina».

Dietro tutti questi business c'è, in realtà e semplicemente, un doppio legal-dumping, un'elusione di legge. Per tutti, appunto, l'evasione fiscale; per ciascuno una sua specifica truffa. Accomuna Google a Facebook e gli altri social l'elusione sostanziale delle leggi sulla privacy, aggirate facendo firmare (pardon, «flaggare») a noi utenti igno-ranti («u-tonti») il consenso di-sinformato all'(ab)uso dei dati che disseminiamo in Rete sui nostri gusti e costumi.

Amazon dribbla le regole che ingabbiano il commercio fisico (licenze, tasse, orari). Airbnb evade le tasse di soggiorno e quella sulla ricettività. Uber ignora le licenze che i tassisti pagano. Tripadvisor presenta come «pure» recensioni troppo spesso prezzolate. E basta, ora! Non assumono, non producono benessere vero, traslocano all'estero utili formidabili esentasse... ma perché?

Se non si riesce a definire una regolamentazione fiscale univoca, che almeno li si persegua nelle mille infrazioni locali, che gli si renda la vita impossibile. Neanche ce ne accorgeremmo, dei contraccolpi. Come non ci siamo accorti della sostanziale sparizione di Second Life o di Periscope e di tante altre meteore digitali. Politica: se ci sei batti un colpo.

—© Riproduzione riservata—■



NUOVE CARRIERE E FORMAZIONE NELL'ERA DELLA TECNOLOGIA

**OLTRE A CREARE
ROBOT SEMPRE
PIÙ «UMANI»,
DOBBIAMO
LAVORARE SULLE
NOSTRE CAPACITÀ**
di **Edoardo Campanella**

L'avvento delle nuove tecnologie è una minaccia per milioni di lavoratori, nei settori più disparati. Tuttavia, le scarse prospettive occupazionali del futuro avranno poco a che fare con i robot quanto con i nostri limiti cognitivi e le nostre distorsioni psicologiche.

Le occupazioni oggi più richieste, come i *data scientist*, gli sviluppatori di app o gli specialisti del *cloud computing*, non esistevano cinque o dieci anni fa. Si stima che il 65% dei bambini che entrano nella scuola primaria oggi svolgerà professioni che non esistono ancora.

In un mercato del lavoro in così rapida evoluzione, ai lavoratori è richiesto di apprendere nozioni e competenze per tutta la vita, dimostrando grandi capacità di adattamento e la disponibilità a spostarsi da un'industria all'altra. Se una professione diventa obsoleta di colpo, i lavoratori devono essere in grado di cogliere le opportunità che emergeranno altrove.

In teoria, l'apprendimento continuo dovrebbe fornire quella flessibilità intellettuale e adattabilità professionale necessarie per spostarsi nei settori più dinamici dell'economia, reagendo agli shock che colpiscono i settori in declino. Secondo questa logica, i centri di formazione devono semplicemente identificare le competenze che le aziende cercheranno in futuro e progettare i corsi di conseguenza.

Tuttavia, nell'area euro, solo il 10% della forza lavoro ha intrapreso qualche forma di formazione nel 2017, e tale percentuale cala drasticamente con l'età. Se l'apprendimento permanente è la chiave del successo nel mercato del lavoro, perché le persone sono così restie a intraprenderlo?

Per invertire il processo di obsolescenza delle competenze profes-

sionali bisogna superare barriere psicologiche e intellettuali spesso ignorate. Secondo l'economia comportamentale, gli esseri umani sono sbilanciati verso lo *status quo*: tendiamo a sovrastimare le potenziali perdite legate a una deviazione dal nostro scenario base e trascuriamo i potenziali benefici.

L'apprendimento permanente costa in termini di tempo, denaro e impegno, mentre i benefici sono altamente incerti, soprattutto a fronte di grandi trasformazioni tecnologiche che cambiano il contesto di contorno troppo rapidamente. Tale scetticismo può essere rafforzato da sintomi depressivi che spesso insorgono quando i lavoratori perdono il lavoro o affrontano cambi di carriera.

Se la necessità di "ricominciare" dopo anni in un determinato settore è demoralizzante, dopo decenni può sembrare una sfida insormontabile. E, in effetti, intraprendere un tale cambiamento in là nella carriera si scontra con il processo evolutivo del genere umano.

Gli esseri umani sperimentano un declino nelle prestazioni cognitive relativamente presto nella vita. Le capacità intellettive fluide - associate alla memoria, al ragionamento astratto e all'elaborazione di nuove conoscenze - iniziano a diminuire intorno a vent'anni. Dopo la mezza età, queste abilità si deteriorano sostanzialmente, rendendo l'acquisizione di nuove competenze sempre più complicata. Solo le nostre capacità cognitive cristallizzate, legate alle capacità di comunicazione e di gestione, aumentano col passare degli anni.

È il risultato di secoli di evoluzione. In quasi tutte le società, l'età è associata alla saggezza, all'esperienza e a un crescente status sociale. In gioventù si apprendevano i fondamenti della professione che si sarebbe praticata in età adulta. Poi, un lavoratore avrebbe affinato le proprie abilità con l'esperienza, ma difficilmente avrebbe dovuto imparare nuove competenze da zero.

I programmi di formazione di oggi sono inefficaci in parte perché si concentrano sulle abilità intellettuali fluide. Dal punto di vista di un'azienda, riqualificare la propria forza lavoro risulta troppo impe-

gnativo. Quando nuove competenze diventano necessarie, è meglio perseguire altre strade come l'automazione, l'*offshoring* e il *crowdsourcing*. Il Rapporto economico del presidente degli Stati Uniti del 2015 ha rilevato che la percentuale di lavoratori statunitensi che ha ricevuto una qualche forma di formazione retribuita sia calata costantemente dal 1996 al 2008.

L'ipotesi che i lavoratori, indipendentemente dalla loro età e dal loro *background* educativo, si applichino autonomamente per stare al passo con i cambiamenti tecnologici è una pura illusione, che rischia di portare all'adozione di politiche sbagliate e di creare un esercito di disoccupati. Un tale approccio può essere perseguito solo dai lavoratori più istruiti e qualificati - quelli, ironia della sorte, il cui lavoro è difficilmente a rischio automazione. Questo potrebbe cambiare in futuro, perché le generazioni più giovani stanno crescendo con la consapevolezza che non potranno scampare all'apprendimento permanente.

I lavoratori sono restii a chiedere aiuto a *career advisor* professionisti per affrontare il tumultuoso processo di acquisizione di nuove competenze e di ricerca di un nuovo lavoro. Sconforto e vergogna spesso prendono il sopravvento. I lavoratori possono essere affetti da quello che gli psicologi chiamano l'illusione del controllo - la tendenza a sovrastimare la nostra capacità di plasmare gli eventi senza supporto esterno.

I decisori politici devono prendere provvedimenti per attenuare i complicati processi mentali alla base della nostra inerzia professionale. Se i servizi di consulenza professionale diventassero la norma, i lavoratori sarebbero più propensi a trarne vantaggio. A tal fine, i sindacati e le associazioni



di imprese dovrebbero istituire programmi di tutoraggio formali per consigliare i lavoratori su come progredire nella loro carriera o su come spostarsi verso un nuovo settore. I datori di lavoro, da parte loro, dovrebbero stabilire processi di *feedback* formali, non solo per valutare le prestazioni dei propri dipendenti, ma anche per stimare quali competenze debbano essere aggiornate o siano realisticamente acquisibili.

Inoltre, alle imprese dovrebbero essere concessi generosi incentivi fiscali per aumentare gli investimenti nei programmi di formazione. Nel rispetto delle capacità cognitive degli adulti, tali programmi dovrebbero mirare a trasferire gradualmente nuove conoscenze, sfruttando al tempo stesso le capacità intellettuali cristallizzate. I lavoratori più esperti sono meno inclini ad apprendere rispetto ai loro colleghi più giovani, ma eccellono in altre aree importanti, come la risoluzione di problemi, l'autogestione e l'automotivazione.

Oltre a sviluppare robot con capacità sempre più umane, dovremo concentrarsi sulle nostre stesse capacità di apprendimento. Solo imparando a superare - o almeno a eludere - i nostri limiti cognitivi possiamo sperare di godere di carriere lunghe e soddisfacenti nella nuova economia globale.

*Centro per la governance
dei cambiamenti derivanti
dall'intelligenza artificiale
Università di Madrid*

© PROJECT SYNDICATE, 2018

Tim-Open Fiber, Di Maio guarda alla rete unica «solo se strategica»

IL DIBATTITO

Il ministro dello Sviluppo economico richiama la «sovranità dello Stato»

Ma il vertice Telecom giudica cruciale mantenere il controllo dell'asset core

Antonella Olivieri

Rete unica di tlc? «La stiamo studiando e, per quanto mi riguarda, credo che dovremmo fare una valutazione legata a un solo principio: se quell'infrastruttura per l'Italia è strategica allora noi la vogliamo considerare tale e la vogliamo prendere anche in esame nel caso di accorpamento e di inserimento in Open Fiber della rete Telecom». Così il vice-premier Luigi Di Maio, ministro dello Sviluppo economico, dicastero titolato anche per il settore delle telecomunicazioni. Di Maio ha poi aggiunto che «se invece quella infrastruttura non è più strategica, allora anche questo lo dobbiamo valutare. Non dobbiamo fare un ragionamento di favorire o meno un'azienda o un ragionamento di tipo industriale, ma di sovranità dello

Stato che si vuole appropriare di un'infrastruttura strategica».

Non si comprenderebbero le parole del ministro se non in riferimento agli scenari - che circolano dietro le quinte - secondo i quali l'unico modo per Vincent Bolloré di recuperare l'investimento di Vivendi sarebbe quello di fare a pezzi il gruppo: via il Brasile e la rete allo Stato. Cosa che, secondo gli stessi gossip, non spiacerebbe neanche a Elliott, che in effetti nel piano presentato inizialmente aveva prospettato per la società della rete una presenza di Telecom nel capitale compresa tra il 25% e il 75%, con preferenza per una quota sotto il 50%.

Tuttavia Vivendi, dopo aver perso il controllo del board, ha più volte ripetuto di essere preoccupata per le ipotesi di smembramento del gruppo di tlc. Sarebbe quantomeno incoerente ora avvallarlo, «solo» perché le quotazioni languono a poco più di 60 centesimi mentre la partecipazione del 23,94% è ancora in carico a 1 euro. Tanto più che non manca occasione che i francesi non si professino soci di lungo periodo: un breakup finanziario soddisferebbe nell'immediato gli appetiti speculativi di breve periodo, ma condannereb-

be Telecom ai margini. Quanto a Elliott, alla fine ha appoggiato il piano dell'ad Amos Genish che, per quanto riguarda la rete, si ferma allo stadio della separazione societaria, indicando che un board indipendente avrebbe deciso per il meglio.

Il punto è che nè presidente espresso da Elliott, nè ad espresso da Vivendi e confermato dal nuovo cda, giudicano opportuno privare l'azienda della rete. Genish ha ribadito in più occasioni che il controllo della rete non è in discussione, perché l'asset è strategico per il business. E Fulvio Conti, nella sua prima intervista da presidente Telecom, sul tema del controllo si è dichiarato allineato con l'ad. La rete unica, a suo giudizio, sarebbe il meglio per Telecom e per il Paese, perché permetterebbe di evitare duplicazioni e sprechi, e di incentivare gli investimenti con il meccanismo Rab (utilizzato per esempio per i pedaggi autostradali). In questo contesto - ha spiegato - toccherebbe alla regolamentazione garantire che la dorsale di tlc nazionale sia a servizio di tutti, riconfermando nel contempo centralità all'azienda Telecom che - per investimenti, occupazione e gloriosi trascorsi - è comunque ancora na realtà importante per il Paese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lo scenario della rete unica. L'infrastruttura di Tim



Tlc

Ok Opa su Ei Towers il governo rinuncia al golden power

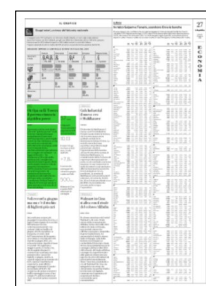
57 EURO

L'Opa su Ei
Towers prevede il
pagamento di 57
euro per azione

ROMA

Il governo non ha esercitato i poteri di "golden power" su Ei Towers e quindi prosegue normalmente il percorso dell'Opa lanciata a metà luglio scorso da F2i e Mediaset. Lo ha reso noto un comunicato dell'offerente sul gruppo delle torri di trasmissione.

«In data odierna la presidenza del Consiglio dei ministri – si legge nella nota – ha trasmesso a F2i copia della delibera del Consiglio dei ministri di data 8 agosto 2018, con la quale è stata accolta la proposta del ministero dell'Economia di non esercizio dei poteri speciali e di consenso al decorso dei termini previsti dall'articolo dell'Opa sulla cosiddetta "condizione Golden Power" ». L'Opa da 57 euro per azione è stata lanciata con il veicolo 2i Towers holding.



CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA***Mise, istituito il tavolo TV 4.0
per il rilascio della banda 700.***

*È stato istituito il tavolo TV 4.0
tra il ministero per lo Sviluppo*

*economico, l'Autorità per le
garanzie nelle comunicazioni e
i principali operatori del set-
tore televisivo con un duplice
obiettivo: «Da un lato consentire
un'attuazione ordinata della
liberazione della banda 700
MHz assicurando il massimo
coinvolgimento dell'autorità in-
dipendente di settore e degli operatori coinvolti
e dall'altro quello di favorire la
trasformazione digitale del set-
tore televisivo attraverso il dialogo
costante con gli operatori», ha
spiegato il Mise.*

