

## Rassegna del 12/06/2019

\*\*\*

<b>Sole 24 Ore</b>	<b>3</b> Salvini: tassa per far circolare i contanti chiusi nelle cassette di sicurezza - Salvini rilancia la flat tax, Giorgetti in pole per Bruxelles	<i>Fiammeri Barbara</i>	<b>1</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>38</b> Fisco inglese cliente Amazon	<i>Rizzi Matteo</i>	<b>2</b>
<b>Messaggero</b>	<b>28</b> Amazon è il marchio che vale di più	...	<b>3</b>
<b>Il Fatto Quotidiano</b>	<b>16</b> Lobby e potere, le armi di Google e Facebook contro l'Antitrust Usa	<i>Feltri Stefano</i>	<b>4</b>
<b>Sole 24 Ore .lavoro</b>	<b>34</b> Il modello agile triplica i lavoratori motivati	<i>Casadei Cristina</i>	<b>7</b>
<b>Stampa Tuttoscienze</b>	<b>29</b> "È scoppiata la prima cyberguerra"	<i>Assandri Fabrizio</i>	<b>11</b>
<b>Stampa Tuttoscienze</b>	<b>30</b> Intervista a Roberto Viola - A Bologna uno dei centri del supercalcolo d'Europa - "A Bologna il re dei computer"	<i>Taddia Federico</i>	<b>13</b>
<b>Manifesto</b>	<b>4</b> Crimi esclude interventi contro gli «Over the top»	<i>Bartocci Matteo</i>	<b>15</b>
<b>Giornale del Piemonte e della Liguria</b>	<b>15</b> Successo per il Podcast Festival	...	<b>16</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>18</b> Open Fiber al nodo del prezzo: Enel dice 8 miliardi, Tim 2,5	<i>Olivieri Antonella</i>	<b>17</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>41</b> Sussurri & Grida - Hedberg (Wind Tre): sulle tlc dialogo aziende-policy maker	...	<b>18</b>
<b>Repubblica</b>	<b>28</b> Deputati grillini chiedono lo stop al 5G "Rischi per la salute"	...	<b>19</b>

**LA PROPOSTA****Salvini: tassa per far circolare i contanti chiusi nelle cassette di sicurezza**

Barbara Fiammeri — a pag. 3

## LE REAZIONI

**Salvini rilancia la flat tax, Giorgetti in pole per Bruxelles****Niente deleghe in bianco con l'Europa al Mef e al presidente del consiglio**

Barbara Fiammeri

ROMA

Nessuna delega in bianco a trattare con l'Europa. Né a Giuseppe Conte né a Giovanni Tria. Matteo Salvini resta con l'elmetto. Alla vigilia del vertice con il premier e il ministro dell'Economia, che si terrà stamane a Palazzo Chigi assieme anche a Luigi Di Maio, il leader della Lega manda messaggi tutt'altro che distensivi. Prima fa intervenire, in occasione dell'informativa del ministro dell'Economia in Parlamento sulla possibile procedura d'infrazione per l'Italia, i due euroscettici del Carroccio, Claudio Borghi e Alberto Bagnai, che al grido «non ci faremo umiliare» da Bruxelles invitano Tria a dire no «a una ottusa e subalterna adesione a regole cui nessuno crede più». Poi in occasione della conferenza stampa sul via libera al decreto sicurezza, a Conte, sedutogli accanto, che sottolinea la necessità di preparare fin da ora la manovra per il 2020, risponde: «Ribadisco a nome della Lega, ma anche a nome dell'intero governo, che la Flat tax dovrà esser parte fondamentale della manovra e contiamo che l'Ue permetta all'Italia di crescere come merita. L'unico modo è un sostanziale taglio delle tasse, non vedo altro modo».

Il via libera al decreto sicurezza bis non basta a rasserenare il clima. E le distanze con il premier le marciano più i silenzi che le parole. Conte a più riprese durante l'incontro con i giornalisti ripete che ritiene di avere la fiducia dei suoi vicepremier, dando di conseguenza per scontata la delega a rappresentare la posizione del-

l'Italia al tavolo con del Consiglio europeo «a meno che...qui c'è il vicepresidente Salvini...», dice toccandogli un braccio con un sorriso. Salvini sorride a sua volta ma rimane con la bocca chiusa e poco dopo a Porta a porta si limiterà a dire che «nessuno ha messo in discussione il ruolo di Conte». Sarà solo al termine del vertice di oggi che si comprenderà davvero quale sarà il raggio d'azione del premier e di Tria. Nel frattempo il vicepremier leghista nello studio di Bruno Vespa lancia la proposta di tassare i contanti chiusi nelle cassette di sicurezza «per rimettere in circolo questi soldi».

Il leader della Lega evita per ora di spingere troppo sull'acceleratore. Non conferma ad esempio la possibile nomina di Bagnai al ministero delle Politiche comunitarie lasciato vuoto da Paolo Savona, circolata nei giorni scorsi e salutata con favore da big del Carroccio come il ministro Gianmarco Centinaio. Ribadisce che però la nomina deve arrivare presto, «entro giugno» (anche se non usa i toni perentori di qualche giorno fa). Molto dipenderà da quanto accadrà nelle prossime ore. E dalle scelte sulle altre caselle vacanti. A partire da quella del commissario italiano. La Lega punta a Industria e Concorrenza. In pole position c'è Giancarlo Giorgetti: «Faccio quello che serve, la mia storia è questa qua. Io non sono quello che comanda: quello che mi chiedono, faccio...», ha detto il sottosegretario alla presidenza del Consiglio. Un ruolo, quello ricoperto da Giorgetti a Palazzo Chigi, delicatissimo e non facilmente sostituibile.

Salvini non ha ancora deciso. La priorità ora è la risposta a Bruxelles sulla procedura d'infrazione e sulla quale la distanza tra i due vicepremier da una parte e il duo Conte-Tria non è stata azzerata.

**Il vicepremier ipotizza una tassa sui «miliardi fermi» in cassette di sicurezza, per favorire gli investimenti**



© RIPRODUZIONE RISERVATA

Spesi 11 mln di sterline per il servizio

# Fisco inglese cliente Amazon

DI MATTEO RIZZI

**L'**Agenzia delle entrate inglese utilizza servizi di Amazon per un valore sei volte superiore le imposte versate dalla società. L'Hm Revenue & Customs (Hrnc) ha speso 11 milioni di sterline per utilizzare il servizio di hosting web di Amazon l'anno scorso, sei volte in più delle 1,7 milioni di sterline che Amazon ha versato in Regno Unito. Lo ha riportato il *Guardian*. L'autorità fiscale del Regno Unito è stato il secondo più grande cliente «pubblico» dei servizi di Amazon, dopo il ministero degli interni che l'anno scorso ha speso 16 milioni di sterline.

Il governo ha speso un totale di 45,5 milioni di sterline l'anno scorso con il gruppo americano. I contratti sono stati aggiudicati poco dopo che Amazon ha quasi dimezzato le imposte versate nel Regno Unito passando a 4,5 milioni di sterline nel 2017 da 7,4 milioni di sterline nel 2016, su un utile dichiarato di 72 milioni di sterline attraverso la filiale Amazon Uk Services. Dopo aver differito 2,9 milioni di sterline di tasse, ha pagato così solo 1,7 milioni di sterline per il 2017. Amazon detiene 17 magazzini nel Regno Unito e impiega 27.500 lavoratori in Gran Bretagna.



# Amazon è il marchio che vale di più

## LO STUDIO

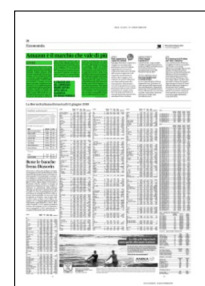
ROMA Amazon è il brand di «maggior valore al mondo» secondo la classifica BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands 2019. Con una crescita del 52% in un solo anno, a 315,5 miliardi di dollari, Amazon sorpassa Apple, ora al secondo posto, a 309,5 miliardi di dollari, e Google, al terzo, brand cresciuti rispettivamente solo del 3% e 2% rispettivamente. Le aziende tech hanno guidato la classifica Top 100 di BrandZ sin dal primo ranking mondiale nel 2006, quando Microsoft ha conquistato il primo posto. Oggi nella top ten, Facebook è fermo in

sesta posizione mentre, per la prima volta, Alibaba supera Tencent diventando il marchio cinese di maggior valore, al settimo posto al mondo, e crescendo del 16%. Instagram (44esimo posto), con oltre 1 miliardo di utenti in tutto il mondo, si contraddistingue come il brand in più rapida

crescita, guadagnando 47 posizioni con una crescita del valore del +95%. Altri balzi in avanti nella classifica quelli di Netflix (+65%) e Uber (+51%). Nonostante l'incertezza economica sui dati degli Stati Uniti e della Cina, nell'ultimo anno si sono aggiunti 328 miliardi di dollari alla classifica Top 100 globale di BrandZ, raggiungendo un valore di marca combinato di 4.700 miliardi di dollari, circa il Pil di Spagna, Corea e Russia assieme. Gran parte di questo valore deriva dai brand di elettronica di consumo presenti in classifica, che raggiungono ora un valore complessivo superiore a 1.000 miliardi di dollari.

**IL COLOSSO USA  
DEL COMMERCIO  
ONLINE SUPERA  
APPLE NELLA  
CLASSIFICA  
DEI BRAND MONDIALI**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Lobby e potere, le armi di Google e Facebook contro l'Antitrust Usa

**Strategie** La campagna elettorale americana 2020 vedrà la guerra al monopolio delle multinazionali tech. Un tentativo di rimediare alla loro crescita senza regole solo perché fornitrici di servizi gratuiti

## CONCORRENZA 2.0

Il social network ha progressivamente abbassato la qualità dell'offerta garantendo sempre meno privacy

## AL CONGRESSO

Nel 2009 Fb faceva lobbying su industria dei pc, media e diritti civili  
Nel 2018 si sono aggiunte anche tasse e giustizia

L'offensiva antitrust è cominciata anche in America. Do-

» STEFANO FELTRI

po la Commissione Ue e l'autorità della concorrenza tedesca, adesso anche il dipartimento di Giustizia e la Federal Trade Commission si sono mosse su Facebook e Amazon il primo, Google e Apple la seconda. È bastata la notizia a far crollare i titoli in Borsa di 133 miliardi di dollari complessivi. E al Congresso, il Repubblicano David Cicilline ha annunciato una indagine nella sotto-commissione Antitrust su tutto il settore tech perché "Internet si è rotta" e la politica ora vuole rimediare a quello che viene presentato sempre di più come un monopolio che minaccia la democrazia, o almeno l'autonomia della politica.

Ormai è chiaro che se la rivolta contro le élite è stata il

tema dominante della campagna presidenziale 2016, quello delle multinazionali del web sarà una delle questioni dominanti della sfida 2020. Donald Trump fiuta l'aria, una degli sfidanti democratici, Elizabeth Warren, ha già detto che vuole smantellare le più recenti fusioni di Facebook e Google. Un articolo del co-fondatore di Facebook, Chris Huges, sul *New York Times* a marzo, ha portato il tema al grande pubblico: "È ora di smantellare Facebook?". Ma i signori degli algoritmi non si arrenderanno senza combattere.

**SOLTANTO** nel 2016 le grandi aziende tech hanno speso 64 milioni di dollari negli Stati Uniti, la quota maggiore è di Google e Facebook. Ma questo numero non dice tutto. Dal 1907 negli Stati Uniti le aziende non possono finanziare direttamente i candidati, quindi versano contributi ai Pac, i Political Action Committee, comitati che - in teoria senza coordinamento formale con il singolo candidato - comprano spot tv e campagne pubblicitarie. Come ha ricostruito sul sito *Pro Market* l'economista della Vancouver School of Economics Francesco Trebbi, Microsoft ha iniziato a spendere in modo massiccio a sostegno di politici subito dopo i suoi primi problemi con le autorità antitrust negli Usa e - soprattutto - in Europa a metà anni Novanta. Le big tech della generazione successiva hanno seguito l'esempio e c'è da scommettere che nel 2020 aumenteranno ancora i contributi, visto che la

questione della regolazione ora si fa seria. Per la prima volta. Apple è l'unica che non contribuisce a un Pac come azienda, lo fanno i suoi dipendenti (chissà quanto spontaneamente) che nel solo 2016 hanno versato 2,4 milioni di dollari.

La trasparenza nel settore, comunque, è scarsa. Come osserva Francesco Trebbi, i dati sulle attività di lobbying a livello federale "sono diventati molto poco accurati dopo la stretta durante l'Amministrazione di George W. Bush". Barack Obama, da presidente, ha emanato vari ordini esecutivi nel 2009 per garantire l'accuratezza delle informazioni ma non sono stati davvero applicati. Tutta l'Amministrazione Obama ha sempre avuto ottimi rapporti con la Silicon Valley. Un po' troppo buoni, dicono i critici ora.

I dati sulle spese per campagne elettorali e lobbying sicuramente sottostimano la reale influenza di aziende che, come Google e Facebook, possono addirittura condizionare le preferenze dei loro utenti. O che, nel caso di Amazon, hanno una presenza rilevante anche nel settore dei media tradizionali: il capo azienda, Jeff Bezos, è proprietario del *Washington Post*. Lo ha acquistato a titolo personale, non con Amazon, ma di sicuro male non fa. Il sito *LobbyView* offre la mappa migliore della pervasività delle



bigtech nella politica americana. Nel 2009 Facebook faceva lobbying su tre settori al Congresso: industria dei computer, media (per non essere classificato come editore), commercio e diritti civili. Nel 2018 è tutto diverso: i diritti civili sono spariti e gli sforzi sono distribuiti equamente tra computer, intelligence, sicurezza, tasse, proprietà intellettuale, perfino immigrazione e giustizia. Tradotto: Facebook prova a condizionare l'intera attività del Parlamento americano. Con risultati evidenti. Google nel 2003 si occupava solo di computer, commercio e finanza. Ora fa lobbying su tutto, incluso la sanità (settore con potenzialità per l'intelligenza artificiale), i trasporti (le auto senza pilota) e, ovviamente, la pubblicità.

**TUTTO QUESTO** attivismo ha dato i suoi frutti: negli ultimi anni la posizione prevalente nella politica americana è stata che non ci fosse alcun problema di antitrust anche se le bigtech acquisivano posizioni dominanti e potere. Finché offrono servizi gratis agli utenti finali, dov'è il problema? Il metodo tradizionale per dimostrare che un eccesso di concentrazione causa danni è vedere se il monopolista prima cattura i clienti poi, quando questi non hanno alternative, li soffoca con prezzi esagerati. Nel mondo degli algoritmi tutto è gratis, o almeno così pare, e i prezzi non salgono mai. Schiere di economisti compiacenti, che fanno carriera grazie alla possibilità che (in modo discrezionale) Google concede di usare i suoi dati per la ricerca, sono pronti a sostenere alla bisogna che i problemi del monopolio non esistono nel mondo digitale.

Dina Srinivastan, già manager della pubblicità web, ha scritto invece un paper che i regolatori americani avranno certamente già letto: *The Antitrust case against*

*Facebook*. La sintesi è che Facebook si è comportato esattamente come i monopolisti dei libri di testo: il prezzo del servizio che offre all'utente finale (la connessione con gli amici, la chat, la bacheca) è rimasto invariato ma è la qualità che si è deteriorata. Durante la sua ascesa, il social network di Mark Zuckerberg presentava come vantaggio competitivo rispetto ai rivali la garanzia di un rispetto assoluto della privacy. Nelle primissime versioni non si poteva chiedere o accettare amicizia da sconosciuti. Per anni ha garantito che le informazioni pubblicate sul social non sarebbero mai state condivise con parti terze. Un argomento che è stato cruciale per battere My Space, oggi abbandonato e dimenticato, ma primo network di successo comprato 580 milioni di dollari dalla NewsCorp di Rupert Murdoch nel 2006, una cifra che allora pareva esagerata. Oggi la capitalizzazione di Borsa di Facebook è 508 miliardi di dollari.

La questione della privacy oggi può sembrare minore, ma tutte le innovazioni nel mondo social l'hanno messa al centro, basti pensare alle "storie" che si autodistruggono senza lasciare traccia, su SnapChat prima e poi su Instagram.

Una volta spazzati via gli avversari, Facebook inizia a tradire le promesse: si moltiplicano i casi in cui deve scusarsi per aver permesso ad altri di accedere ai cookies (cioè alle informazioni su quali siti diversi da Facebook visitano i suoi utenti). Nel 2007, l'anno in cui supera il miliardo di utenti, Facebook lancia un prodotto pubblicitario chiamato Beacon che permette a parti terze di interagire con il social network: quando un utente clicca qualcosa sul sito del *New York Times* o di Blockbuster (l'ormai defunta catena di videonoleggi), un pop up chiede all'utente se

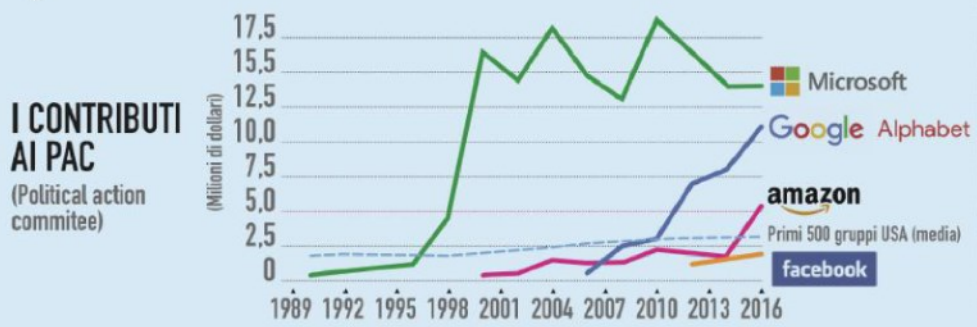
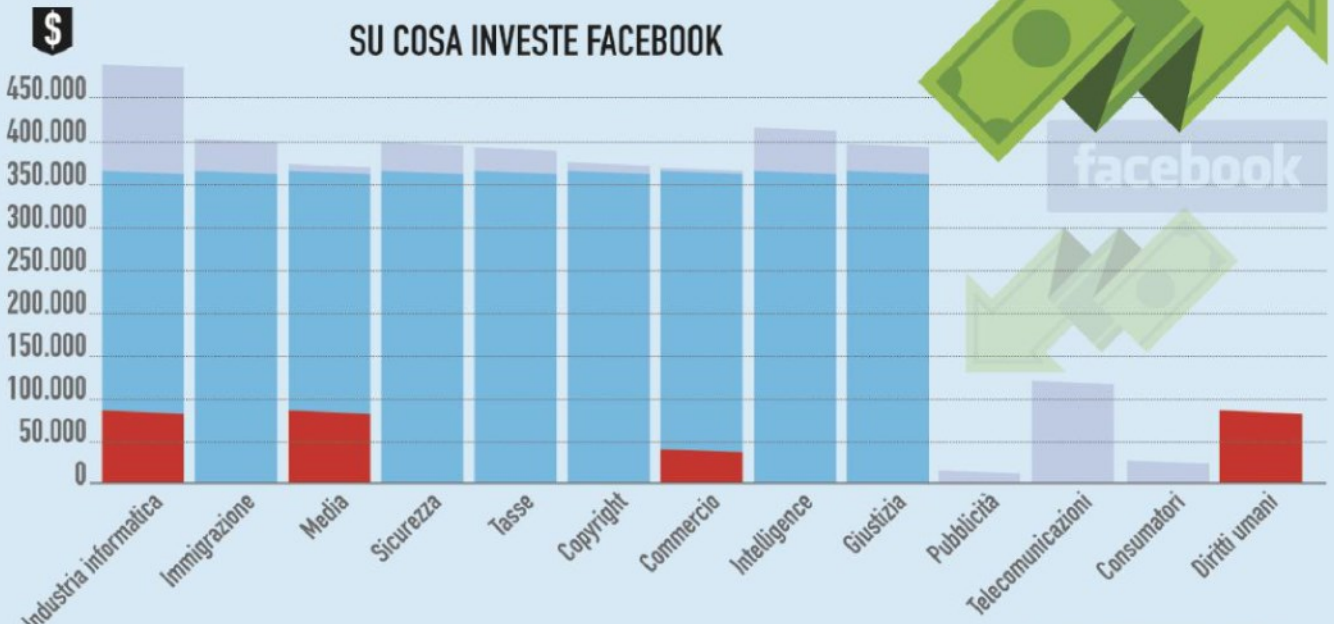
vuole condividere l'attività su Facebook. I partner del social network capiscono presto il trucco: Facebook ottiene comunque l'informazione perché registra anche i "no, grazie", quindi riesce a sapere cosa fanno i suoi utenti sui siti altrui anche senza che questi arrivino direttamente sul social.

Nel 2010 non c'è più nemmeno bisogno di questi sotterfugi: Facebook introduce nel 2010 il bottone del "Like". Molti siti, inclusi quelli dei giornali, aggiungono il pollice alzato a corredo dei loro contenuti perché stimola la condivisione e quindi genera traffico. Ma così, forse senza accorgersene, permettono a Facebook di fare loro concorrenza diretta sul modello di business principale on line: la profilazione degli utenti. Il *Wall Street Journal* - è l'esempio che usa Dina Srinivastan nel suo paper - non permetterebbe mai ai suoi concorrenti di conoscere tutte le preferenze dei propri lettori, quali articoli cliccano, quali siti visitano dopo aver letto di un certo argomento, che tipo di abbonamento prediligono. Però *Wall Street Journal* e *New York Times* hanno consentito a Facebook di conoscere tutto. E di vendere, in concorrenza diretta a loro, inserzioni pubblicitarie molto più mirate e dunque efficaci di quanto i due gruppi editoriali potranno mai proporre.

**FINORA** le big tech hanno sommato il potere di lobbying della General Motors (sono campioni nazionali americani), dei grandi media (si battono per la libertà di espressione), dell'associazione in difesa delle armi NRA (hanno miliardi di iscritti), della finanza di Wall Street (è un settore complesso che i politici non sanno come regolare). Ora la politica vuole riprendersi il suo spazio. Ma la battaglia è soltanto all'inizio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# QUANTO COSTA FARE LOBBYING SUL CONGRESSO



**DA DOVE ARRIVANO I SOLDI:**

- In house (dati 2018)
- Eternalizzato a società di lobbying (dati 2018)
- In house (dati 2009)

Fonte: Lobbyview.org



### I numeri

**40,6**

Miliardi: il fatturato di Facebook nel 2017, 6,8 miliardi di dollari gli utili raggiunti nel 2018

**136**

Miliardi di dollari: è il fatturato di Google nel 2018 a fronte di utili per circa 31 miliardi di dollari

**64**

Milioni di dollari: è quanto hanno speso nel 2016 le grandi aziende tecnologiche in America. La quota maggiore è di Google e Facebook

**2,4**

Milioni: è quanto hanno speso i dipendenti di Apple nel 2016 come contributo a un Pac

### IPac

**DAL 1907** negli Stati Uniti le aziende non possono finanziare direttamente i candidati, quindi versano contributi ai Pac, i Political Action Committee, comitati. Microsoft ha iniziato a spendere subito dopo i suoi primi problemi con le autorità antitrust a metà anni Novanta. Le big tech oggi seguono l'esempio

## Il modello agile triplica i lavoratori motivati

Il tema risorse umane diventa sempre più importante alla luce della rivoluzione digitale in atto. Secondo l'osservatorio del PoliMi in una società su due le sfide principali sono organizzazione e competenze digitali. E nelle forme organizzative "agili", quelle che consentono cambiamenti rapidi ed efficaci, i lavoratori appaiono più motivati. **Cristina Casadei** — a pag. 34

**Mondo hr.** Secondo l'osservatorio del PoliMi in una società su due le sfide sono l'organizzazione e le competenze digitali

# Il modello agile triplica i lavoratori motivati

**Cristina Casadei**

**D**omanda: negli anni dell'Intelligenza artificiale ha ancora senso parlare di human resources e human resources innovation? «Sì», dice Mariano Corso, professore del Politecnico di Milano e fondatore dell'Osservatorio hr innovation practice. «Si è cominciato a parlare di risorse umane alla fine degli anni '60 per indicare il superamento dell'organizzazione scientifica del lavoro: il lavoratore da bene strumentale diventava una risorsa su cui si rendeva necessario investire. La quarta rivoluzione industriale e il digitale hanno amplificato questa necessità». L'osservatorio ha analizzato 187 società, di cui il 67% con oltre 1000 dipendenti, di 5 settori: digital, finance, manifatturiero, pa e servizi. Quasi una su due indica come principali sfide per la direzione hr i cambiamenti nei modelli di organizzazione del lavoro

(45%), lo sviluppo di cultura e competenze digitali, l'employer branding e l'attrazione dei talenti (41%).

### Riorganizzazione, una priorità

«Se guardiamo ai prossimi anni, un fattore critico per il successo delle organizzazioni sarà motivare e coinvolgere le persone - dice Corso -. Da sottolineare che nelle organizzazioni agili le persone motivate e ingaggiate sono quasi il triplo (85%) rispetto alle organizzazioni tradizionali dove la percentuale raggiunge il 31%». La maggior parte dei lavoratori appare quindi poco motivata e questo «si deve in parte al fatto che la rivoluzione digitale, cambiando il modo di vivere delle persone ne ha modificato le aspettative anche al lavoro, dove si ha un approccio consumer anche ai sistemi aziendali». Dall'altro lato, però, il diverso coinvolgimento delle persone nei due tipi di organizzazione «fa dire che è necessario riprogettare i modelli organizzativi per investire in sistemi più agili, in grado di adattarsi al cambiamento - spiega Corso -.

Bisogna rimettere al centro le persone, investire nella loro occupabilità e motivazione».

### I modelli

La riprogettazione del modello organizzativo è una priorità per il 45% delle aziende. «In letteratura abbiamo diverse forme organizzative che semplificando possiamo dividere in agili e tradizionali. Le prime consentono una riconfigurazione rapida ed efficiente di strategia, struttura, processi, le seconde invece si caratterizzano per la stabilità e sono basate su strutture gerarchiche e silos poco permea-



bili, con il potere decisionale concentrato nelle mani del top management e flussi comunicativi top down. Le organizzazioni agili hanno lavorato in maniera coerente su struttura, processi e practice, cultura e stili di leadership, competenze, ecosistema.

#### Nel 67% delle organizzazioni si cambia

Il 67% delle organizzazioni ha già definito una roadmap di cambiamento del modello di business alla luce della trasformazione digitale. Metà con un approccio adattivo, un po' meno di metà con piani strategici di lungo periodo. Solo il 4% dice di non essere interessato a questo tema. Cambiare l'organizzazione però non basta se non si adatta la people strategy, trasformando competenze, skill, stili di leadership. Il 54% delle organizzazioni dice di aver definito a partire dal piano industriale una people strategy: lo scorso anno erano il 35%, mentre sono scese dal 17 al 9% quelle che si dicono non interessate.

#### Risultati al centro

Lo sviluppo di cultura e competenze digitali è già iniziato e viene considerato una sfida per il 43% delle organizzazioni. Un'azienda su tre considera prioritaria la riqualificazione della forza lavoro, sia in termini di upskilling e reskilling. La rivoluzione digitale oltre a sgretolare il paradigma dell'organizzazione come macchina e abilitare l'adozione di nuovi modelli organizzativi, impone una nuova cultura e competenze digitali in tutta l'organizzazione.

#### Agile o tradizionale?

Le maggiori differenze tra organizzazioni agili e tradizionali riguardano la presenza nelle prime, soprattutto, di una politica ad hoc per la ricerca e selezione di professionalità digitali sul mercato. Nelle seconde se ne parla solo in un caso su due. E poi la progettazione di percorsi di supporto al management per svi-

luppare una maggiore consapevolezza dell'impatto del digitale sui processi e risultati aziendali presenti nel 36% delle organizzazioni tradizionali. Infine l'erogazione di programmi di formazione specifici per sviluppare competenze hard presenti in meno di un'organizzazione tradizionale su 2.

#### Gli investimenti

Più di un'azienda su due dichiara un aumento del livello medio di investimenti in progetti o iniziative digitali a supporto della direzione hr rispetto all'anno scorso. Solo il 5% parla di un calo. Tra le società che hanno un assetto agile e quelle che hanno un assetto tradizionale però non ci sono grandi differenze nel trend di investimenti: «Nelle organizzazioni agili - dice Corso - l'adozione di nuovi modelli organizzativi ha richiesto di innovare e digitalizzare i processi hr in passato e oggi gli investimenti sono più di tipo manutentivo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## MODELLI A CONFRONTO

### Organizzazione tradizionale

I modelli di tipo tradizionale sono progettati per la stabilità, basati su strutture gerarchiche e silos poco permeabili. Il potere decisionale è concentrato nel top management con flussi comunicativi top down. La struttura tradizionale difficilmente si adatta a questi cambiamenti repentini, proprio per

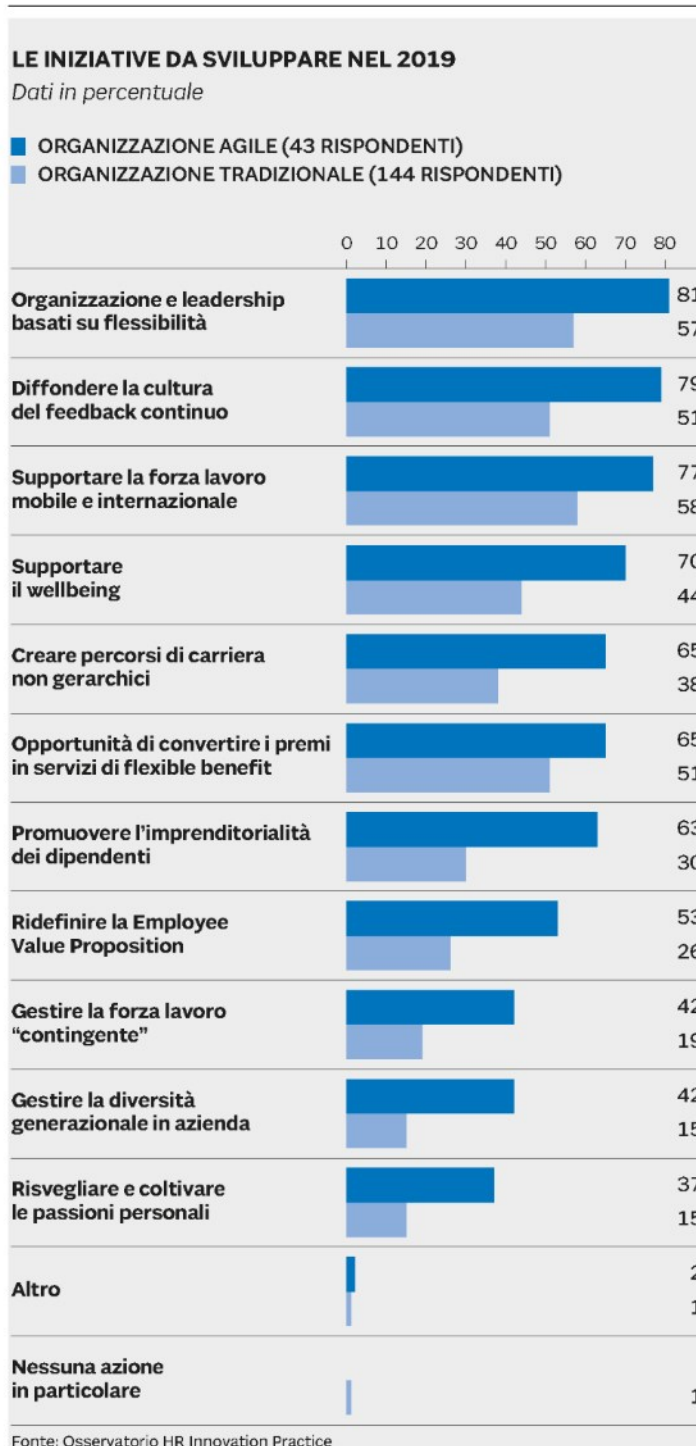
via della rigidità della scala gerarchica e della conseguente lentezza del decision making.

### Organizzazione agile

In letteratura esistono diversi termini per indicare le nuove forme organizzative, tra cui: agile organization, teal organization e holacracy. Questi modelli

consentono la riconfigurazione rapida ed efficiente di strategia, struttura, processi, persone e tecnologia grazie anche a ruoli assegnati meno rigidamente. L'evoluzione delle organizzazioni verso modelli agili è legata anche allo sviluppo del digitale che ha portato un cambiamento definito "disruptive"

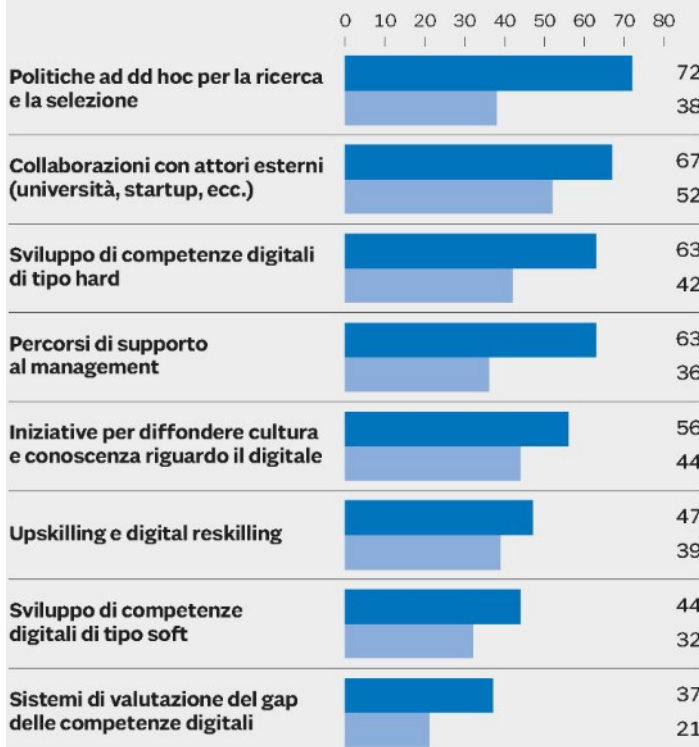
## L'evoluzione delle organizzazioni tra investimenti e people strategy



## INTRODUZIONE/SVILUPPO DI COMPETENZE DIGITALI

Dati in percentuale

■ ORGANIZZAZIONE AGILE (43 RISPONDENTI)  
■ ORGANIZZAZIONE TRADIZIONALE (133 RISPONDENTI)



Fonte: Osservatorio HR Innovation Practice

## TREND DEGLI INVESTIMENTI IN INIZIATIVE DIGITALI

Dati in percentuale

(172 Rispondenti)

### ORGANIZZAZIONE AGILE

3 Aumento superiore al 20%

33 Aumento tra il 10% e il 20%

20 Aumento minore del 10%

41 Nessuna variazione

3 Diminuzione superiore al 20%

### ORGANIZZAZIONE TRADIZIONALE



Fonte: Osservatorio HR Innovation Practice

## LA PRESENZA DI UNA PEOPLE STRATEGY

Dati in percentuale

(185 Rispondenti)



Fonte: Osservatorio HR Innovation Practice

# “È scoppiata la prima cyberguerra”

## Dal bancomat alle centrali, nulla è al sicuro

FABRIZIO ASSANDRI

Immaginate: «Che i bancomat comincino a sputare soldi, causando caos e rivolte. E intanto non funzionano più i sistemi di controllo aeroportuale, si bloccano i treni e le sbarre dei caselli autostradali, i cellulari si spengono. Un team di hacker potrebbe mettere in ginocchio un Paese». Non è fantascienza, ma una possibilità, secondo Raoul Chiesa, che parla di «Hackmageddon», storpiando il biblico Armageddon.

La guerra mondiale cibernetica è in atto e l'Italia è impreparata, sostiene Chiesa, tra i primi e più famosi hacker «etici» italiani, nickname Nobody. Ha cominciato a fare hacking nel 1986, «quando non c'erano né leggi né cybercrime. Non lo facevamo per soldi: eravamo teenager pionieri innamorati di tecnologia, videogiochi e film come Wargames». «Bucare» - introdursi in un sistema protetto - era una sorta di gioco. Per l'intrusione nella Banca d'Italia, nel '95, la Sco, sezione centrale operativa della polizia, lo arrestò su indicazione dell'Fbi. «Rimasi tre mesi ai domiciliari, il pm mi disse di non sbagliare più».

Oggi Chiesa - ha raccontato all'evento «Connecting the future» del Consortium Garr organizzato al Politecnico di Torino - la sua passione è diventata un lavoro, fondando so-

cietà che scovano falle nella sicurezza informatica. «I clienti sono agenzie di intelligence, governi, banche, aziende. I nomi? Non posso dirli». Ha fondato una start-up, «che ha trovato vulnerabilità in Huawei, Adobe e Microsoft». Fa ricerche sui droni per evitare che un attacco li consegnino in mani «nemiche». «Il nostro Paese subisce attacchi, silenziosi e invisibili: ci vengono rubati dati e proprietà intellettuali. Purtroppo non contrattacciamo, come fanno altre nazioni e, invece, dovremmo andare a capire chi ci attacca e cosa ci ruba. Altrimenti rimaniamo in ginocchio, ammanettati e bendati».

In questa guerra non è immediato capire chi è il nemico. «Non basta scoprire l'indirizzo Ip: servono tecniche di tracciamento per capire chi c'è dietro. Serve una nuova generazione di diplomatici cibernetici che spieghino ai ministri come muoversi». Il problema è che è una zona grigia: «Non c'è ancora una legislazione di guerra applicata agli attacchi cyber».

Secondo Chiesa, Cina e altri Paesi «bucano» l'Italia per rubare segreti industriali e l'Iran e alcuni Stati africani «stanno scalando la classifica dei Paesi con potenzialità cyber». Gli obiettivi? Le infrastrutture critiche, aeroporti, stazioni. «Nessuno credeva sarebbe

stato possibile sabotare una centrale energetica, fino a quando non è successo in Ucraina. Con l'Internet of Things saremo sempre più esposti». Le vittime non sono solo le infrastrutture. «Abbiamo dimostrato che è possibile da remoto variare i dosaggi di una pompa di insulina e uccidere il paziente. Si può entrare nel sistema di un ospedale, cambiare una cartella medica o rubare informazioni e venderle alle assicurazioni».

Per giocare ad armi pari, quindi, bisogna passare da un approccio teorico a uno pratico, «perché il web è come la sabbia: non è stato progettato per la sicurezza, ma per essere sempre disponibile». Un errore è pensare che la sicurezza risieda in un software e «invece è un insieme di approcci e processi. I cittadini non capiscono che, se una cosa è gratis sul web, il prodotto è l'utente. Scrivere sui social ciò che si fa alimenta il sistema che usa i nostri dati».

Proprio la sicurezza ha giustificato l'arresto di Assange, fondatore di Wikileaks: «Abbiamo chattato negli Anni 90, quando bucò una centrale nucleare francese - racconta Chiesa - . Il suo arresto è stato un errore. Non ha diffuso solo informazioni strategiche, ma anche documenti che dimostrano stragi di civili. Andavano comunque divulgati». —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI





Raoul Chiesa, fondatore della società Security Brokers, è uno dei più celebri hacker italiani

**A Bologna  
uno dei centri  
del supercalcolo  
d'Europa**

FEDERICO TADDIA

PAG. 30

IN ITALIA IL CUORE DELLA GRANDE RETE EUROPEA DEL SUPERCALCOLO

# “A Bologna il re dei computer”

## Roberto Viola: un maxi-investimento per competere con Usa e Cina



**ROBERTO VIOLA**  
INGEGNERE ELETTRONICO,  
È DIRETTORE GENERALE  
DEL DIPARTIMENTO DG CONNECT  
DELLA COMMISSIONE EUROPEA  
**FEDERICO TADDIA**

**P**er la prima volta nel digitale avanzato l'Europa ha battuto un colpo. «È stato uno sforzo senza precedenti: nella corsa al supercalcolatore più potente siamo in pole position. Adesso è il momento di continuare questa sfida, puntando sull'innovazione e sulle competenze». Non nasconde la soddisfazione Roberto Viola, direttore generale del Dipartimento delle reti di comunicazione, dei contenuti e delle tecnologie della Commissione europea, nel presentare gli otto siti per «super-centri» selezionati per ospitare i supercomputer europei.

Un investimento da quasi 900 milioni di euro per otto super-macchine, sparse in otto nazioni europee: cinque a petascala, in grado di eseguire 4 milioni di miliardi di operazioni al secondo, e tre precursori di macchine a esascalà, capaci di oltre 150 petaflop, ovvero

150 milioni di miliardi di calcoli al secondo. E tra le tre potentissime quella che ambisce ad essere la più performante verrà installata proprio a Bologna (le altre a Barcellona e a Kajaani, in Finlandia). Già battezzata «Leonardo» in onore del genio fiorentino, nascerà grazie a un accordo con la Slovenia, guidato dal consorzio interuniversitario Cineca insieme con l'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare e la Sissa, la Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati, che ha cofinanziato l'operazione con 120 milioni.

**Viola, cosa rappresenta questo massiccio investimento?**

«Da troppo tempo l'Europa era esclusa dalla classifica dei calcolatori più potenti al mondo, macchine essenziali e necessarie per lo sviluppo economico e scientifico di un Paese, soprattutto davanti alla rivoluzione che ci apprestiamo a vivere con l'avvento dell'Intelligenza Artificiale. Questi computer sono pensati e progettati per gestire al meglio i Big Data, operare con elevata velocità nel “deep learning” e far girare elaborati algoritmi di apprendimento e predizione».

**Quali saranno i campi di maggiore applicazione?**

«Il campo più affascinante è quello della medicina. Per dare un'idea: con le macchine di vecchia generazione per simulare la sintesi di alcune molecole complesse ci vorrebbero 300 anni, con il nuovo supercalcolatore basterà mez-

z'ora. Un'altra branca fondamentale è l'epidemiologia per l'analisi delle diffusione delle malattie. Per non parlare della genomica: nel centro di Barcellona, per esempio, si fanno studi avanzatissimi sull'insorgere del tumore al pancreas. La capacità di correlare e lavorare il mare di dati a disposizione sarà determinante per fare una prevenzione mirata». **Questi supercalcolatori saranno utilizzati anche per la sicurezza?**

«Certamente. Di solito un attacco informatico viene individuato dopo qualche giorno. Computer di questa potenza, invece, rilevano le intrusioni in pochi minuti. E non solo: i sistemi di Intelligenza Artificiale possono rispondere all'attacco in autonomia, senza l'intervento dell'uomo, così da programmare eventuali contromisure».

**Quale sarà l'indotto per una città come Bologna?**

«Già con “Marconi”, attorno al Cineca si è creato un ecosistema virtuoso, che coinvolge sia le università sia le aziende. Ora c'è ancora più fermento: l'automotive, l'eolico e le energie alternative sono solo alcuni dei settori dove “Leo-

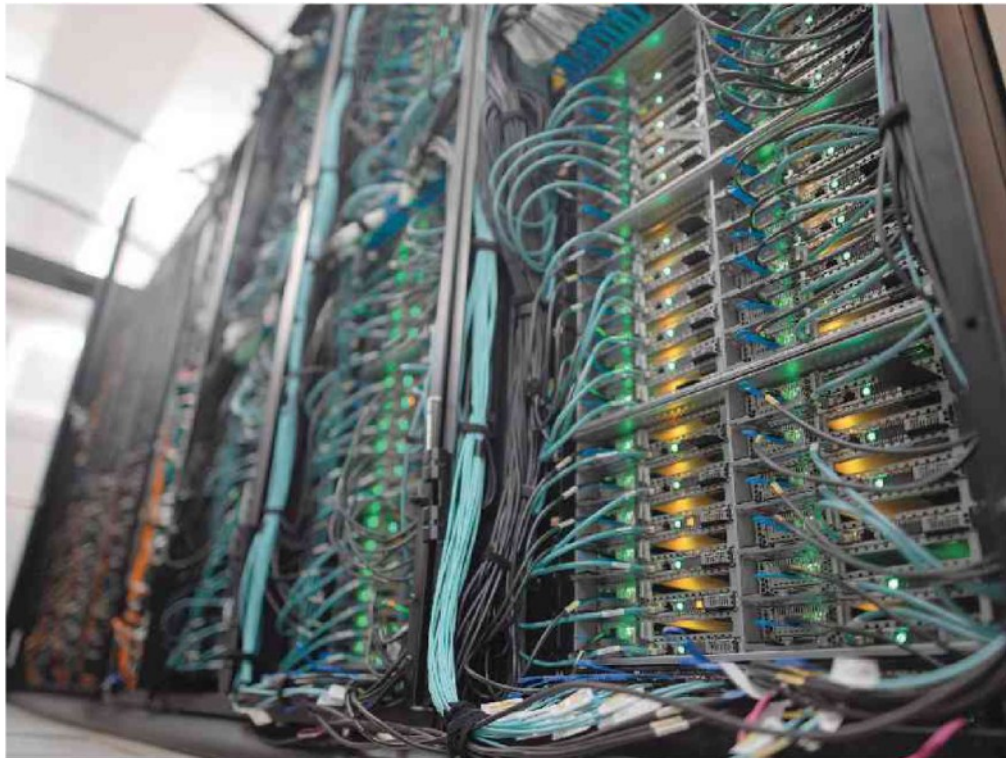


nardo” può giocare un ruolo decisivo. L’obiettivo è proprio quello di avvicinare il supercalcolo alle imprese e, ovviamente, alle start-up. Il 50% delle capacità di queste macchine, che saranno tutte interconnesse, è comunque riservata alla comunità europea, che la metterà a disposizione di tutta la comunità scientifica. E non dimentichiamo che a Bologna verrà trasferito il data center del centro europeo per le previsioni meteorologiche a medio termine: pure lui troverà posto nel nuovo Tecnopolo e godrà dei benefici del supercalcolatore».

#### Le prossime sfide?

«Non possiamo certo fermarci a guardare le macchine e ad applaudirle senza utilizzarle al massimo del loro potenziale. Investiremo, quindi, importanti risorse per creare nuove competenze, da mettere in rete. Dobbiamo incrementare la formazione su Intelligenza Artificiale, Big Data, cyber security e tecnologie quantistiche. Cina, Giappone e Usa hanno già annunciato computer con standard elevatissimi e noi non dovremo essere da meno. Non possiamo non esserci nei nuovi scenari che aprirà il calcolatore quantistico». —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



STATI GENERALI DELL'EDITORIA

# Crimi esclude interventi contro gli «Over the top»

MATTEO BARTOCCI

■ Vito Crimi sul mercato pubblicitario ha le idee chiare: «Non interverremo con una legge per limitare la supremazia degli Over the top (Google, Facebook e Amazon, ndr), questo mercato si regolerà da solo con nuovi sbocchi». Alla quinta puntata degli Stati generali dell'editoria, dedicata alla pubblicità, il sottosegretario 5Stelle depone gli artigli che pure aveva agitato in qualche intervista o meetup del passato.

Eppure gli investimenti pubblicitari privati in Italia nel 2017 (dice il Sic dell'Agcom) hanno mosso ben 7,3 miliardi di euro di cui la metà verso le tv in chiaro (3 miliardi) e pay (0,3) e un terzo verso Internet (2,2 miliardi) ma di questi «oltre il 60% - certifica l'Agcom - sono andati alle piattaforme», cioè a Google e Facebook. Il resto è andato ai quotidiani (0,7 mld), ai periodici (0,6) e alle radio (0,5). In un mercato così equilibrato, dunque, il governo non interverrà. Lascerà fare. Non così invece, ha ricordato Crimi, nel fondo pubblico al pluralismo, che è stato subito tagliato «per dare uno shock al

sistema e segnalare il cambiamento».

Appena si è capito che il dibattito era poco più che accademico, nella ventina di persone in sala è corso un sospiro di sollievo e i pochi attori intervenuti si sono limitati a tratteggiare vaghe ipotesi di piattaforme nazionali nella raccolta dei dati e della profilazione da contrapporre ai giganti Usa. «Prima gli italiani» anche on line?

Totalmente ignorato l'allarme sul presente, per esempio, lanciato da Fabrizio Tomei (Poligrafici Editoriale): «Si dice no ai finanziamenti, no alle agevolazioni, no agli sgravi fiscali, ma qualcosa va pur fatta. O gli editori sono aiutati in qualche maniera o l'informazione plurale e di qualità ve la dimenticate, perché il giornalismo è troppo costoso da sostenere».

Le idee del governo sono note. Ma anche quelle dell'Upa (gli inserzionisti) non scherzano. Ad Antonio Meloni del pluralismo in edicola importa zero: «Noi cerchiamo canali adatti a raggiungere il consumatore; conta il loro profilo, e big data e digitale servono a questo». Il futuro è dei cookie, per gli esseri umani si vedrà.



## CAMOGLI

# Successo per il Podcast Festival

■ Si è conclusa il 9 giugno la prima edizione del Podcast Festival a Camogli, accolta con entusiasmo da un pubblico vasto e vario per gusti ed età, fatto di professionisti, autori, editori, appassionati e curiosi. Decine di migliaia di persone hanno seguito gli appuntamenti in diretta dal sito [www.podcastfestival.it](http://www.podcastfestival.it) e da Rai Radio 3, apprezzando la qualità di un dibattito che ha originato idee nuove, messo a confronto realtà diverse e distanti, sensibilità, storie e vissuti, legati dal fil rouge dell'ascolto. Rai Radio3, Audible Amazon e Festival della Comunicazione hanno aperto così un dialogo stimolante fra le piattaforme, i protagonisti, il pubblico, i media e i principali attori della trasformazione culturale che stiamo vivendo. Dopo anni di egemonia dell'immagine, la narrazione orale, pratica ancestrale che ha forgiato le nostre civiltà, ritorna ora con tutta la sua carica espressiva grazie ai device potenti e pervasivi: assistenti vocali, smart speaker, ma soprattutto smartphone, il pertugio attraverso cui l'ascolto entra nelle nostre vite. Tecnologie intuitive ed accessibili che con rapidità e velocità offrono una dieta mediatica di parole scelte e contenuti slow, per soddisfare un pubblico sempre più esigente.



# Open Fiber al nodo del prezzo: Enel dice 8 miliardi, Tim 2,5

## RETE UNICA

**Tra Cdp e Vivendi accordo possibile sulla governance convertendo le risparmi**

**Starace si mette di traverso: dispone della prelazione e può bloccare le fusioni**

**Antonella Olivieri**

La valutazione di Open Fiber che hanno in testa in casa Telecom si aggira intorno a 2,5 miliardi in termini di enterprise value, equity più debito (al momento le linee di credito tirate dalla società sfiorano il miliardo), soggetta al vaglio di una due diligence. Da qui a quando si arriverà a formulare una proposta condivisa le cose potrebbero ancora cambiare. E ieri lo stesso ad di Telecom, Luigi Gubitosi, ha invitato ad aspettare la «versione originale». Prima del cda Tim del 27, si terrà un comitato strategico dove si discuterà sia dell'operazione sulle torri con Vodafone sia dell'opzione Open Fiber, dove però è da registrare la resistenza dell'Enel, che valuterebbe la società in condominio con Cdp addirittura 6 miliardi, cui aggiungere 2 miliardi di sinergie nell'abbraccio con l'incumbent. Nei patti Enel gode di un diritto di prelazione sulla quota del socio. «A questi prezzi ce la compriamo noi», sarebbe stata la replica alle valutazioni circolate. L'impressione però è che si tratti di una posizione negoziale per tirare sul prezzo. Uno studio recente di Maurizio Matteo Decina, docente di economia Ict a Tor Vergata, stima appena in 1-8-2,3 miliardi l'ev di Open Fiber. Nel mezzo, altri ritengono che solo l'equity, considerato il capitale messo dai soci (circa 800 milioni), il valore d'acquisto di Metroweb (720 milioni di equity), l'avviamento e un premio di cessione, valga almeno 2,5-3 miliardi.

Per Cdp si tratta comunque di valori scritti sulla sabbia, dal mo-

mento che la via maestra passa dal conferimento del 50% detenuto in Open Fiber in cambio di azioni Telecom (dove tra l'altro la Cassa ha già il 9,9% pagato in media 0,7 euro ad azione). Se si valuta lo sfidante al doppio dei valori in cui è iscritta nei bilanci degli attuali soci - 496 milioni Cdp, 490 milioni Enel - non è pensabile che l'incumbent, nel concambio, possa essere maltrattato agli attuali prezzi di Borsa prossimi ai minimi storici (nonostante il recupero degli ultimi giorni, il titolo è ancora sotto il 50 centesimi, a 0,4671 euro ieri). Oltretutto è da tener presente che occorrerà convincere il primo azionista - Vivendi che detiene il 23,94% - a diluirsi. Non gli si può chiedere anche di sopportare ulteriori minusvalenze sulla quota, in carico a 0,86 euro per azione. Ipotizzando di assegnare un valore intorno a 1 miliardo alla quota di Cdp in Open Fiber, e valutando le azioni Telecom a 0,86 euro, la Cassa si rafforzerebbe intorno al 15%, i francesi resterebbero il primo azionista con circa il 19%. Ma aggiungendo allo schema anche una variabile "market friendly", la conversione (alla pari) delle azioni di risparmio, le rispettive quote scenderebbero intorno all'11% e al 14%, rendendo possibile ipotizzare un accordo sulla governance, da sottoporre al vaglio dell'assemblea, senza incappare nel rischio Opa, perché la somma delle due partecipazioni non sfiorerebbe la soglia del 25%.

Ma prima di scrivere l'happy end c'è da affrontare la questione dell'Enel (e del suo ad Francesco Starace), che in mano da giocare, oltre alla carta della prelazione e di un lock up che impegna i soci a non vendere fino a tutto il 2019, anche la nomina dell'ad di Open Fiber fino a fine 2021 e il potere - da codice civile - di bloccare qualsiasi operazione di fusione. Si potrebbe sempre forzare la mano, chiudendo prima con Cdp, ma il rischio è quello di ritrovarsi con un altro Vietnam in una società della rete Tim-Enel, inefficientemente separata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

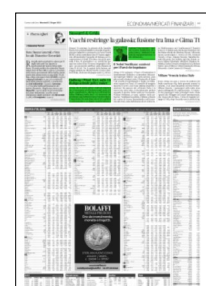


## Sussurri & Grida

### Hedberg (Wind Tre): sulle tlc dialogo aziende-policy maker

«Penso che il nostro settore e tutti gli stakeholder si troveranno ad affrontare tempi molto sfidanti e significativi», afferma il ceo di Wind Tre, Jeffrey Hedberg (nella foto). «Le decisioni che prendiamo oggi influenzeranno il nostro futuro. È importante che non siano solo le tlc a guidare il cambiamento e la digital transformation», continua il top manager, «perché occorre collaborare con i policy maker, i sindacati, le autorità di regolamentazione e le altre istituzioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Telecomunicazioni****Deputati grillini  
chiedono lo stop al 5G  
“Rischi per la salute”**

**ROMA** – Quattro deputate del gruppo misto e del Movimento 5 Stelle hanno chiesto a Vodafone di sospendere l'attività della nuova rete 5G a Milano, Roma, Napoli, Torino e Bologna. «Al fine di tutelare la salute pubblica, abbiamo trasmesso alle amministrazioni in questione un'istanza per richiederne l'immediata sospensione» dichiarano Sara Cunial e Silvia Benedetti, del Gruppo Misto, Veronica Giannone e Gloria Vizzini dei 5S. Per Asstel, associazione di settore, la richiesta è «intempestiva e ingiustificata» e invece chiede al Governo di «avviare ulteriori iniziative di divulgazione ed informazione scientificamente corretta delle conoscenze già disponibili a riguardo di questo tema, a beneficio di tutti i cittadini, inutilmente allarmati». I cinque stelle ricordano che «da diversi mesi la Commissione Trasporti Poste e Telecomunicazioni della Camera ha avviato un'indagine conoscitiva tuttora in corso»

