

Rassegna del 18/03/2019

Il Fatto Quotidiano	23 Telefonini, ecco la black list di chi non paga - Non paghi la bolletta? Finisci nella lista dei cattivi pagatori	<i>De Rubertis Patrizia</i>	1
Repubblica Affari&Finanza	7 Affari in piazza - Sia prepara un'acquisizione ma restano i rumors sull'ad	<i>Puledda Vittoria</i>	3
Repubblica Napoli	5 Tante app per pagare da casa e con un selfie si aprirà il conto	<i>Cozzi Tiziana</i>	4
Repubblica Affari&Finanza	22 Reply, ricavi oltre 1 miliardo "E ora nuove acquisizioni"	<i>Piana Luca</i>	6
L'Economia del Corriere della Sera	20 Bper si accorda con Fabrick Fra un anno la «light bank»	<i>S.Rig.</i>	8
Stampa Tuttosoldi	20 Digitale, nel 2018 la Cina ha battuto la Silicon valley La schiarita nella guerra dei dazi potrebbe rafforzarla	<i>S. RIC.</i>	9
L'Economia del Corriere della Sera	6 Intervista a Trudi Dai Shan - La via della Seta: ecco il volto digitale - La signora di Aliexpress Voi siete l'impero delle pmi con noi possono volare	<i>Santevecchi Guido</i>	10
Secolo d'Italia	2 Xi Jjnping arriva in Italia Sarà vietato fare domande - Xi Jinping arriva in Italia: vietato fare domande		14
Stampa Tuttosoldi	21 Il mercato immobiliare continua la risalita anche grazie all'on line	<i>Riccio Sandra</i>	15
Repubblica Affari&Finanza	6 Coop volta pagina più online, meno iper - Coop prepara il grande ricambio: online, nuovi vertici e meno iper	<i>Pagni Luca</i>	16
Messaggero	20 Cibo a domicilio più veloce con Deliverart che gestisce il processo dall'ordine alla consegna	<i>Travisi Paolo</i>	20
Foglio Inserto	4 L'industria italiana ha bisogno di macchine e robot	<i>Fortis Marco</i>	21
Sole 24 Ore Scenari	11 Industria 4.0: rivoluzione in atto	...	23
Sole 24 Ore Scenari	14 Un partner 4.0 per le aziende del settore	...	24
Repubblica Affari&Finanza	10 Lavoro, caccia ai giovani talenti ecco le aziende che attirano di più	<i>Ardù Barbara</i>	25
Repubblica Affari&Finanza	13 Se Stalin avesse avuto uno smartphone	<i>Brooks David</i>	29
Repubblica Affari&Finanza	32 Multimedia & innovazione - Web, ecco i politici a rischio hacker - Sicurezza e siti web così i politici italiani aprono agli hacker	<i>Cuzzocrea Annalisa</i>	31
Sole 24 Ore	8 Copyright Ue, l'85% dice sì alla riforma	<i>Biondi Andrea</i>	35
L'Economia del Corriere della Sera	8 Il punto - I (troppo) grandi Google e Facebook	<i>Manca Daniele</i>	37
L'Economia del Corriere della Sera	25 Tiktok, il tempo è scaduto Vecchi social fatevi da parte	<i>Pennisi Martina</i>	38
L'Economia del Corriere della Sera	36 Sorpresa internet va più veloce al Sud	<i>De Rosa Federico</i>	40
Giorno-Carlino-Nazione Economia&Lavoro	2 Intervista ad Elisabetta Ripa - Open Fiber va in rete - «Open Fiber fa correre l'Italia Con la fibra cresce anche il Pil» - Regia pubblica e rete aperta a tutti «Sbagliato duplicare gli investimenti Allo studio sinergie con Telecom»	<i>Gozzi Alessia</i>	41

PARTE OGGI

Telefonini, ecco la black list di chi non paga

DE RUBERTIS A PAG. 23

Contro il "turismo" telefonico

Non paghi la bolletta? Finisci nella lista dei cattivi pagatori

Da oggi è attiva la banca dati: l'iscrizione impedisce di sottoscrivere un nuovo contratto

4 **I requisiti stringenti che devono possedere i clienti dei gestori di Tlc prima di essere inseriti**
Distacco dal servizio da non meno di tre mesi; fatture non saldate per 6 mesi; assenza di altri rapporti regolari col gestore; morosità superiori a 150 euro

La minaccia

Lo scorso agosto Wind Tre, Tim e Vodafone sono state sanzionate per 3,2 milioni di euro

» PATRIZIA DE RUBERTIS

Entra in funzione da oggi, dopo ben 42 mesi di attesa, il nuovo Sistema informativo sulle morosità intenzionali nel settore della telefonia, il cosiddetto Simoitel. Con estrema gioia da parte dei gestori e qualche fondata preoccupazione per tutti i clienti che passano da un operatore all'altro lasciando dietro di sé bollette insolute e, molte volte, tenendosi ben stretto anche il costosissimo ultimo modello di smartphone o tablet legato alla promozione sottoscritta. Ora a tutti loro arriverà una lettera di preavviso da parte della compagnia telefonica per avvisarli che hanno 30 giorni di tempo per

saldare il debito oppure si vedranno inseriti in una blacklist. Un meccanismo, simile a quello della centrale rischi dei cattivi pagatori delle rate di mutui e prestiti che, una volta iscritti nei Sic (Sistemi di informazioni creditizie), restano fino a 5 anni esclusi dal sistema bancario e finanziario.

"DIVERSAMENTE dalle banche dati creditizie - spiega l'Asstel (l'associazione di rappresentanza della filiera delle Tlc) - il Simoitel è invece uno strumento di contrasto alle morosità intenzionali gravi e non a qualsiasi insoluto. Il provvedimento risponde a un'esigenza delle compagnie di fronteggiare il fenomeno di coloro che si sottraggono intenzionalmente dal pagare quanto dovuto nel passaggio da un operatore all'altro". Insomma, un enorme problema economico per i big della telefonia che, non riuscendo a star dietro alla mole di operazioni di portabilità innescate dal processo di liberalizzazione del settore (a marzo 2018,

secondo l'ultima rilevazione dell'Agcom, le sole operazioni del servizio di *mobile number portability* hanno superato 120,5 milioni di unità (15,4 milioni in più rispetto al 2017), continuano a perdere quattrini. Così, d'ora in avanti, per contrastare questo fenomeno scatterà la schedatura nel Simoitel che renderà impossibile ottenere la sottoscrizione di un nuovo abbonamento per la nuova linea fissa o mobile.

Tutto sotto la supervisione del Garante della Privacy che già nell'ottobre 2015 ha dato il consenso alla creazione del registro dei morosi, impostando però dei paletti stringenti per gestire la mole delle informazioni e per impedire che nella banca dati possano finire



anche i clienti che non pagano le bollette a causa di difficoltà economiche momentanee o per ritardi occasionali.

“Le informazioni sulle morosità – spiega Giuseppe Busia, segretario generale del Garante della Privacy – potranno essere inserite nel sistema solo al contemporaneo verificarsi di tre precise condizioni: il recesso dal contratto da parte di una delle due parti (gestore e cliente, ndr) deve essere esercitato da non meno di tre mesi; l'importo dell'insoluto per ogni singolo operatore deve ammontare a non meno di 150 euro; ci deve essere la presenza di fatture non pagate nei primi sei mesi successivi alla stipula del contratto; deve esserci l'assenza di altri rapporti contrattuali post-pagati, attivi e regolari nei pagamenti con lo stesso operatore. Insomma requisiti che dovrebbero rassicurare clienti e associazioni dei consumatori che non hanno mai nascosto la propria perplessità sull'istituzione di questa black list in un settore afflitto da una miriade di inefficienze e disservizi, che hanno sempre penalizzato gli utenti, come ad esempio il caso della doppia fatturazione che si rischia di ricevere quando si decide di cambiare gestore. Tant'è che anche il Simoitel si è trasformato in una pratica commerciale scorretta. Lo scorso agosto, infatti, l'Antitrust ha sanzionato Wind Tre, Tim e Vodafone per 3,2 milioni di euro in totale per aver minacciato i clienti di iscriverli in questa lista dei cattivi pagatori in caso di mancato pagamento di posizioni debitorie, a volte inesistenti. Ma per convincere gli utenti, i gestori sono arrivati perfino a telefonare al debitore a casa o sul lavoro cercando di sfibrarlo, affinché saldasse subito il debito.

ORA, PERÒ, dovrebbe filare tutto liscio. Anche se i clienti finissero nella lista non si ritroveranno in un girone infer-

nale: pagando possono ottenere il via libero per riconquistare lo status di buon pagatore. È Crif, il gestore scelto per amministrare il Simoitel, consentendo agli operatori telefonici di consultarlo per scoprire subito l'affidabilità del potenziale cliente e decidere così se concedergli l'attivazione del contratto o meno. Ma oltre all'avviso che i clienti cattivi riceveranno prima dell'iscrizione, è stato anche stabilito che le informazioni sui pagamenti non regolarizzati resteranno conservate solo per 36 mesi per poi essere cancellate automaticamente. Mentre se si salda il debito, basta inviare una comunicazione al gestore telefonico che comunicherà l'informazione a Crif che, dopo 7 giorni, procederà a cancellare il nominativo.

Per tutti i clienti iscritti alla lista dei cattivi pagatori è sempre possibile richiedere una prepagata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



INUMERI

150€

Il tetto oltre il quale si verrà iscritti nel database condiviso tra le compagnie che include tutti i clienti che non pagano

36

Il totale dei mesi previsti in cui i dati dei clienti segnalati sono conservati. Poi verranno cancellati automaticamente

7

Entro questi giorni avverrà la cancellazione dei dati nel caso in cui il debito venga regolarizzato o si stipuli un accordo con la compagnia

Affari in piazza



Sia prepara un'acquisizione ma restano i rumors sull'ad

VITTORIA PULEDDA

F uochino, dicono i rumors: la fase della vendita di Card Complete service bank, attiva nei pagamenti digitali, sembra essere entrata nella fase due, quella dell'apertura della data room ad una short list di pretendenti. Le attese sono per la presentazione delle offerte vincolanti intorno alla metà di aprile. Sul piatto il 51% che fa capo a Bank of Austria (quindi ad Unicredit) e forse una quota aggiuntiva, un 20% circa, in mano a Raiffeisen (che resterebbe anche post cessione con una quota simile). In pole position, oltre ad un paio di fondi americani, c'è Sia. Che, anche nel recente piano industriale, ha confermato di voler crescere ancora per linee esterne, in particolare in Europa. Così aveva spiegato il neo-ad Nicola Cordone ed è probabile che vada avanti spedito. Incurante di qualche voce che lo ha dato in difficoltà e forse in uscita, magari per far posto a Guido Rivolta, attualmente ad di Cdp equity, forse, non troppo amato dall'ad di Cdp, Fabrizio Palermo. Voci di corridoio, che probabilmente non considerano il forte sostegno che Cordone ha - tra l'altro - dalle banche socie di Sia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nicola
Cordone
Sia



Tante app per pagare da casa e con un selfie si aprirà il conto

Da UniCredit a Intesa Sanpaolo a Crédit Agricole, sempre più in Campania gli istituti di credito che offrono soluzioni per fare operazioni dallo smartphone

I clienti UniCredit attivi in Campania sono 185mila, quelli di Intesa Sanpaolo 1,5 milioni: in arrivo il Bancomat Pay

Tra le innovazioni in arrivo la possibilità di aprire un conto corrente in pochi minuti senza dover andare in filiale

TIZIANA COZZI

La banca che cambia e diventa fai-da-te. Le app degli istituti di credito ormai sono una realtà. Immediate, veloci, facili da utilizzare e sempre più richieste dagli utenti. Con un click si possono acquistare generi di consumo (senza utilizzare pin della carta di credito), si possono gestire i propri risparmi, prelevare denaro in situazioni di emergenza, controllare i mutui. Grazie al web, si possono concludere operazioni in pochissimi minuti. Tutti gli istituti hanno dotato i loro sistemi di strumenti tecnologici. UniCredit, a maggio 2017 ha introdotto, prima in Italia, il pagamento via Apple pay nei negozi, via app e on line con carte di credito, prepagate e di debito. Poi l'offerta si è estesa anche a Samsung, Google e Alipay, quest'ultimo rivolto ai clienti esercenti per i soli punti vendita presenti materialmente sul territorio. Attivare questi servizi è possibile anche scaricando l'app di UniCredit Money (da Google Play, Windows Store o nell'Apple Store). Oltre a pagare nei negozi semplicemente avvicinando lo smartphone al Pos, senza inserire password o pin personale, con App Money di UniCredit è possibile inviare e ricevere piccole somme di denaro in real time sia verso

che dai contatti della rubrica del proprio smartphone visualizzati nella app, fino a un massimo di 100 euro per ogni operazione, con un limite in ricezione di 1.000 euro complessivi al mese. Il costo per singola transazione è di 0,75 centesimi, ma fino al 30 giugno non sarà addebitato alcun costo. MyBank di UniCredit è invece un sistema di pagamento digitale pensato appositamente per le operazioni di acquisto online. Può essere utilizzato sia da pc che da qualsiasi dispositivo mobile. Con pagoPA si possono effettuare pagamenti per la pubblica amministrazione. Non solo. Esistono anche due servizi (CBill e pagoPA) per pagare online bollette e le fatture, compresi pagamenti di bollo auto, ticket sanitario e altri tributi. Si tratta di sistemi molto utilizzati dalla platea Unicredit sul territorio. In Campania i clienti attivi online sono 185.856 (113.455 in provincia di Napoli) con più 6,7 per cento nella regione; più 6 a Napoli. Sono 122.133 (74.210 a Napoli), i clienti che accedono ai servizi via smartphone (più 27,5 per cento, più 26,9 a Napoli). In aumento del 3 per cento (2,85 per cento nel napoletano) anche il numero delle transazioni migrate su canali digitali (dati aggiornati a settembre 2018). Un milione e mezzo di clienti dell'area Sud di Intesa

Sanpaolo (Campania, Puglia, Calabria e Basilicata) gestisce transazioni, titoli e investimenti attraverso le app e i sistemi digitali. Anche in questo caso, sono stati introdotti i servizi "Intesa Sanpaolo Mobile", l'applicazione per la banca di tutti i giorni. Si possono consultare conto e carte, fare bonifici, giroconti e altri pagamenti. Con la funzione "Prelievo Sos" si può far prelevare a un conoscente una piccola somma di denaro in situazioni di emergenza, senza usare la carta. Intesa Sanpaolo, secondo *Forrester Research*, è tra le prime tre banche digital in Europa grazie alla piattaforma digitale retail - banca online (valutazione Benchmark Europeo 2017). Al suo lancio, avvenuto due anni fa, l'app della banca ha quasi triplicato gli utenti, che si connettono in media 18 volte al mese. Per il 2019 è previsto Bancomat Pay che permette ai titolari di carte PagoBancomat di saldare operazioni attraverso il cellulare, senza dover più digitare alcun codice. Anche Crédit Agricole registra un successo di app e servizi on line. Quasi un cliente su due in Campania possiede l'app Nowbanking e un conto su sei (tra i privati) è stato aperto online, di questi il 60 per cento ha scelto l'identificazione tramite selfie.



Molti gli investimenti sul multicanale e digitale. Tra le innovazioni, la possibilità di aprire un conto corrente in pochi minuti, senza doversi recare in filiale grazie a "identificazione con selfie", un sistema che consente il riconoscimento immediato e l'accesso al servizio. C'è poi la app mutui on line per trovare le soluzioni più adatte alle proprie esigenze e offre anche la possibilità di simulare il proprio finanziamento per l'acquisto della casa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il colloquio

Reply, ricavi oltre 1 miliardo

“E ora nuove acquisizioni”

LUCA PIANA, MILANO

In pochi anni il gruppo è riuscito a quadruplicare le dimensioni. L'ad Rizzante: «Cloud, analisi dei dati e Internet degli oggetti ci hanno dato la spinta. Adesso puntiamo l'Intelligenza artificiale»

Con aziende come Reply a volte può essere utile premere il tasto rewind e tornare un po' indietro nel tempo. Il momento su cui soffermarsi è il 2006, quando il gruppo fondato a Torino dall'imprenditore Mario Rizzante aveva già una decina d'anni e un fatturato di tutto rispetto, 230 milioni di euro. Quell'anno l'azienda comprende tra i primi le potenzialità del *cloud computing*, l'offerta di ambienti virtuali e servizi per conservare e elaborare dati. Dodici anni più tardi i risultati di questa e altre intuizioni hanno permesso a Reply di superare per la prima volta la soglia di un miliardo di euro di fatturato. Il 2018, infatti, si è chiuso con ricavi per 1,03 miliardi, in crescita del 17,1% rispetto al 2017, più di quattro volte i livelli di quel 2006. Non è poco: in Italia le imprese di questa taglia sono circa duecento e rarissime operano in un settore così decisivo per il futuro.

«Gli sviluppi che ci hanno permesso di tenere questi ritmi sono sostanzialmente tre: la crescita dei servizi cloud, appunto, l'analisi dei dati e l'Internet degli oggetti», spiega Tatiana Rizzante, ingegnere informatico, figlia di Mario e ammini-

stratore delegato di Reply. Rizzante racconta che quando è partita l'ondata che ha portato il gruppo a quadruplicare le dimensioni, in azienda erano sicuri di essere sulla strada giusta ma, allo stesso tempo, consapevoli delle difficoltà che avrebbero incontrato. Anche oggi queste tre attività combinate - cloud, dati, Internet degli oggetti - restano gli elementi centrali che spingono Reply sulle applicazioni commerciali più cruciali, che attualmente sono «i pagamenti digitali, i servizi bancari, la logistica, la manifattura, solo per citarne alcuni», dice Rizzante.

Bastano alcuni clienti per comprendere meglio il lavoro dell'azienda. Per Coop, ad esempio, Reply ha costruito la piattaforma di e-commerce alimentare, con il più ampio assortimento a livello nazionale di prodotti freschi e freschissimi, oltre 12 mila. Si basa su un algoritmo che stima le unità di carico necessarie per gli ordini e ottimizza le consegne. Un altro caso è la catena inglese Marks & Spencer, i cui fornitori usano una piattaforma completamente su cloud e interattiva per l'intero processo. E ancora, la produzione industriale: Reply ha digitalizzato la “fabbrica contemporanea” della griffe Brunello Cucinelli, oppure ha elaborato per le macchine agricole di Cnh Industrial un sistema che raccoglie i dati trasmessi dai veicoli nei campi, valuta il lavoro svolto e decide eventuali modifiche.

Rizzante racconta che Reply ha investito in circa 30 start-up, «che ci aiutano a rimanere alla frontiera dell'innovazione, e che in alcuni casi potranno essere integrate nel nostro gruppo, da sempre costruito come una rete di competenze chiamate a collaborare per le specifiche esigenze di ogni cliente». Fin

da subito i settori che appaiono più promettenti sono l'Intelligenza Artificiale e gli algoritmi di apprendimento automatico, che permettono una sempre maggiore automazione del lavoro: «In alcuni casi l'automazione richiederà un cambiamento delle competenze delle persone, ma più spesso ne aumenterà le capacità», dice Rizzante, spiegando che «il fenomeno caratterizza sempre più il lavoro d'ufficio e il nostro stesso campo, l'informatica. Basta pensare che oggi le aziende richiedono più specialisti di software di quelli che le scuole riescono a formare, e in prospettiva questo gap si amplierà: per questo è necessario aumentare qualità, precisione e efficienza di chi lavora, automatizzando una quota crescente dell'attività».

La crescita dei ricavi di Reply vista l'anno scorso è in gran parte avvenuta su base organica. Nel 2018 l'azienda ha però fatto una mossa importante, acquistando la società americana Valorem, che porta in dote clienti del calibro di Boeing, Intel, Microsoft, Red Bull. La solidità finanziaria di Reply, che ha chiuso il 2018 con un utile netto consolidato di 99,9 milioni (+28,3% rispetto al 2017) e una posizione finanziaria netta positiva di 66,6 milioni, consentono al gruppo di coltivare altri progetti d'espansione: «Prima di entrare in Valorem abbiamo studiato a lungo il mercato americano. Ora stiamo cercando altri target, negli Stati Uniti ma anche in Germania, in Francia, in Gran Bretagna», racconta Rizzante. «La logica, però, rimane la stessa: vogliamo conservare la nostra struttura a rete. Acquisizioni troppo grosse, di quelle definite “trasformative”, rischierebbero di snaturarci eccessivamente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La frase



L'automazione entra sempre più negli uffici, anche nel nostro settore. Dalle scuole non escono abbastanza specialisti di software per rispondere alle richieste delle aziende

Il personaggio



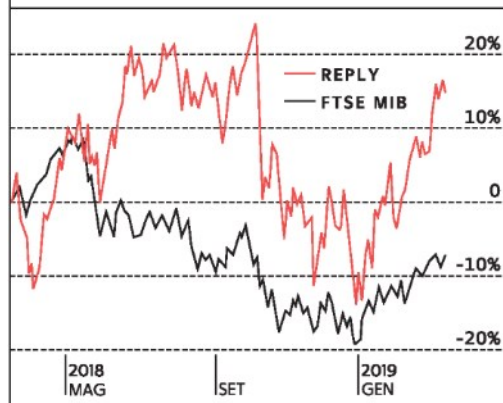
Tatiana Rizzante

Ingegnere, è amministratore delegato di Reply. La famiglia Rizzante controlla il 45% della società, che ha 7.700 dipendenti

I numeri



L'ULTIMO ANNO IN BORSA A MILANO
TITOLO REPLY A CONFRONTO CON L'INDICE FTSE MIB



1

Il Test automation center di Reply a Torino, dove si provano software e prodotti dell'azienda

Tecnologia allo sportello

Bper si accorda con Fabrick Fra un anno la «light bank»

Fabrick prende il volo. La società nata in seno al gruppo Sella per lo sviluppo della tecnologia nel mondo del credito, ha sottoscritto un accordo di collaborazione con Bper, sesto gruppo creditizio italiano. Alla base del progetto, la realizzazione di una *light bank*, che sarà operativa entro un anno, anzi «dieci mesi dall'inizio del lavoro, previsto per il prossimo aprile».

È il primo accordo che porta le conoscenze tecnologiche maturate in Fabrick, che hanno generato anche la straordinaria esperienza di Hype (1.500 nuovi clienti al giorno per la *light bank* del gruppo Sella, per un totale di 650 mila), al di fuori del perimetro del gruppo. «Mettiamo a disposizione di Bper l'ossatura delle soluzioni pensate per Hype – ha detto Paolo Zaccardi, amministratore delegato di Fabrick dal dicembre 2017 –, che però verranno sviluppate all'interno di un prodotto del tutto nuovo, secondo le indicazioni e le preferenze di Bper. È un momento importante del nostro sviluppo. Bper, con la sua direzione Everyday Bank, guidata da Diego Rossi, svilupperà un proprio progetto con *target* specifici e lo farà in totale vicinanza con noi, visto anche che ha preso uno spazio al Fintech district di Milano».

La realtà del Fintech district milanese sta sviluppando una serie di soluzioni per l'industria del credito, ma anche per altre industrie, basate essenzialmente sull'Intelligenza artificiale e sull'utilizzo di Big Data. L'interpretazione di grandi quantità di numeri permette all'industria di prevedere i comportamenti, offrendo soluzioni che vanno dall'approvvigionamento alla logistica. Nel credito, si possono immaginare soluzioni che dai pagamenti evolvano al mondo dell'*instant insurance* o dei finanziamenti.

«La banca del futuro – evidenzia Zaccardi – risponderà a tre requisiti. Dovrà essere aperta, modulare e basata sui dati. Aperta perché in grado di condividere conoscenze e di acquisire conoscenze, modulare perché costruita su pezzi più piccoli di componenti specifiche e di applicazioni e ovviamente basata sui dati perché sono questi ad orientare la scelta del cliente».

Fabrick è controllata al 90 per cento dal gruppo Sella e per il 10 per cento dai fondatori e dai manager attuali. Ha un fatturato atteso per fine anno di circa 40 milioni di euro ed occupa, nella sede milanese di via Sassetti 32, circa 300 dipendenti.

S. Rig.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fabrick

Paolo Zaccardi, ceo di Fabrick, la piattaforma per l'*open banking*, ha firmato un accordo con Bper



Digitale, nel 2018 la Cina ha battuto la Silicon valley

La schiarita nella guerra dei dazi potrebbe rafforzarla

Nella Top ten delle aziende valutate un miliardo, 5 sono di Pechino e 4 Usa

IL CASO / 1

Una possibile schiarita sul fronte della guerra commerciale tra Usa e Cina potrebbe portare nuova benzina anche sui titoli tech cinesi. Le azioni del settore hanno guadagnato parecchio terreno in queste ultime settimane. A salire sono i grandi nomi come Alibaba, la più grande piattaforma di e-commerce cinese, Baidu (il più grande motore di ricerche del Paese) e Tencent (gigante dei social media) ma anche titoli dei listini secondari come Momo (app per il dating) e Weibo (microblogging).

Il Paese asiatico è osservato speciale dagli investitori sul fronte dell'innovazione tecnologica. Presto potrebbe far apparire come datate le società della Silicon Valley in America. L'anno scorso, nella top10 delle start-up che hanno raggiunto lo status di «unicorno», vale a dire che sono state valutate almeno un miliardo di dollari, si sono piazzate cinque società cinesi contro quattro americane e una indiana. Tra qualche anno la Cina, con il suo cuore tech a Shenzhen, potrebbe aver sorpassato gli Usa. Le società che l'anno scorso hanno superato la soglia del miliardo di valutazione c'è

Cambricon con Chen Tianshi alla guida, esperto di «Machine Learning» che sta trasformando le sue conoscenze in denaro. Ha appena ideato l'Intelligenza artificiale utilizzata nei nuovi smartphone Huawei. I suoi chip saranno realizzati anche per produttori di computer portatili come Lenovo. Secondo gli analisti, questi chip sono molto più potenti di quelli della concorrenza Usa di produttori storici come Nvidia.

Cambricon è stata fondata nel 2016 ed è già valutata 2,2 miliardi di dollari. Nella lista d'oro c'è poi Meicai. Fondata quattro anni fa, oggi conta già 10mila dipendenti ed è valuta 2,5 miliardi. Offre ai ristoranti del Paese la possibilità di ordinare frutta e verdura online direttamente dai produttori, saltando così tutti i passaggi intermedi. Ximalaya, a cinque anni dalla sua nascita, è già valutata 3,2 miliardi di dollari. E' la spotify cinese con 40 milioni di utilizzatori attivi. Xpeng, invece, è il più grande produttore di auto elettriche del Paese ed è valutato 3,5 miliardi. Infine, in cima alla lista delle start-up che hanno raggiunto maggior valore c'è Bitmain, specializzata in chip per il mining di bitcoin, la criptovaluta che nel 2018 non ha incontrato un anno fortunato. La società non ha però patito la crisi ed è valutata 13,5 miliardi di dollari. **s. RIC. —**

© BY NC ND ALGUNI DIRITTI RISERVATI



Il presidente cinese Xi Jinping



LA VIA DELLA SETA: ECCO IL VOLTO DIGITALE

Parla Trudy Dai Shan, fondatrice con Jack Ma di Alibaba, guida la piattaforma di vendita che prepara lo sbarco in Italia

di **Dario Di Vico** e **Guido Santevecchi**

Finanza & Imprese

ARRIVA IL DRAGONE

LA SIGNORA DI ALIEXPRESS VOI SIETE L'IMPERO DELLE PMI CON NOI POSSONO VOLARE

Trudy Dai Shan guida la piattaforma per la vendita online al dettaglio di Alibaba che sbarcherà in Italia, primo Paese al di fuori della Cina. Un'altra «via» che potrebbe rendere più stretti i rapporti tra la nostra economia e Pechino. «Le piccole imprese potranno offrire nel mondo i prodotti di qualità che tutti vogliono» Ma non sarà una pericolosa concorrenza per le botteghe vere? «No, l'e-commerce è una grande opportunità»

Il sistema logistico del colosso asiatico ha già fatto accordi con Sda di Poste italiane per consegne entro 72 ore

di **Guido Santevecchi**

Ha 43 anni, è laureata in ingegneria elettronica a Hangzhou ed è nella storia di Alibaba come uno dei 18 soci fondatori che hanno seguito Jack Ma fin dalla prima ora, nel 1999. Si chiama Dai Shan, ma siccome lavora molto sui mercati internazionali, ha aggiunto il nome Trudy. Non è comune Trudy, si fa ricordare: un indizio sulla capa-

rità di marketing della signora. Trudy Dai Shan è presidente di AliExpress, marketplace del dettaglio sotto forma B2C.

La top manager sta guidando lo sbarco di AliExpress in Italia e spiega a l'Economia gli obiettivi di un'operazione che punta sulle nostre Pmi per portarle «dal locale al globale».

Parliamo un momento degli inizi, visto che è stata tra i 18 fondatori di Alibaba. Jack Ma ha detto che avete pochissimi fondi e temevate la bancarotta in pochi mesi. E lei era spaventata?

«Paura? Assolutamente no, non ci ho mai pensato. Sono stata una

degli ultimi allievi di Ma laoshi (in cinese *laoshi* significa insegnante, maestro, professore, e i dirigenti di Alibaba chiamano sempre il fondatore



Ma laoshi, ndr), mi ha insegnato l'inglese e fin da allora ho sempre creduto in lui. Il fascino maggiore del Professor Ma è che ti spinge alla continua evoluzione fino a farti diventare la versione migliore di te. Quando abbiamo creato Alibaba, non abbiamo pensato a quanti soldi dovessimo fare, come diceva il Professor Ma l'intenzione originale era fare in modo che "nel mondo non ci sia più il business difficile". Quest'anno Alibaba compie vent'anni, ci siamo portati dietro l'aspirazione, mettendo al primo posto il cliente. Solo quando il cliente ha successo, Alibaba ha successo».

Il suo ruolo nel gruppo?

«Sono passata dalla vendita ai servizi, a capo delle risorse umane, a direttore dell'ufficio clienti, ho fatto di tutto in questi vent'anni; sono anche segretaria generale della commissione tecnologica di Alibaba. Ora dirigo Alibaba.com B2B per il commercio internazionale, AliExpress, piattaforma crossborder B2C che si rivolge ai consumatori globali e 1688.com che si dedica solo ai commercianti cinesi. Guido anche Taobao rurale, che opera nella campagna cinese per aiutarla a svilupparsi».

AliExpress sbarca in Italia, perché avete scelto un piccolo mercato, non sarebbe stato meglio puntare subito su Germania, Gran Bretagna, Francia?

«AliExpress è nato nel 2010, è una piattaforma B2C che copre 220 Paesi e regioni, ha 150 milioni di consumatori internazionali attivi, parla 18 lingue diverse. Finora i produttori erano solo cinesi. Il progetto italiano è un passo importante nella nostra strategia, contiene anche l'avvio della digitalizzazione dei distretti industriali europei. Le Pmi italiane potranno aprire con questo sistema un negozio online e vendere in maniera autonoma i loro prodotti alle centinaia di milioni di clienti registrati con noi, in

Europa e nel mondo. Partiamo a fine marzo dall'Italia perché da voi c'è un artigianato di qualità

e forti distretti della manifattura di qualità, siete l'impero delle Pmi. Abbiamo fatto una ricerca di mercato e la risposta è che i consumatori globali desiderano i

vostrì prodotti».

Secondo questo piano, entrando nell'ecosistema AliExpress, una piccola o media impresa italiana potrà soddisfare le richieste dei clienti utilizzando l'esperienza di logistica nelle consegne e le tecnologie nei pagamenti tipiche di Alibaba. Che valore strategico ha l'Italia nel business di AliExpress?

«È il prototipo della nostra globalizzazione in Europa, speriamo di creare in Italia un nuovo modello di internazionalizzazione, un ecosistema per l'e-commerce».

Puntate sulle Pmi italiane, che cosa sapete delle nostre piccole e medie imprese, come le avete studiate?

«Sappiamo che il 99 per cento delle aziende italiane sono Pmi, coprono tutti i settori e sono la colonna portante della vostra economia e della vostra gente. Sappiamo che l'Italia ha 141 distretti industriali».

Tempi di consegna dei prodotti italiani ordinati su AliExpress?

«Tra le 24 e le 72 ore nel territorio italiano, escluse le isole. Il nostro sistema logistico Cainiao (uccello, ndr) ha stretto accordi con Sda di Poste italiane. Funzionerà».

Prodotti italiani per consumatori italiani e internazionali ordinati su AliExpress: un aiuto per le piccole e medie imprese che producono, ma al tempo stesso un colpo alla catena tradizionale della distribuzione al dettaglio, ai negozi nel nostro Paese. Che cosa risponde?

«Al contrario, l'e-commerce per i ne-

gozi offline rappresenta un processo di promozione e sviluppo. Ci sono vantaggi reciproci nell'integrazione online-offline, l'abbiamo sperimentata in Cina con ottimi risultati».

In Alibaba i dirigenti usano un nome di battaglia preso dai romanzi epici. Jack Ma è Feng Qingyang. Lei ha scelto un personaggio a cui ispirarsi?

«Il Professor Ma ama le opere di Jin Yong, che contengono lo spirito eroico della Cina, lui ha scelto di identificarsi in un grande maestro di arti marziali; io come soprannome ho preso Su Quan» (una donna grintosa, efficiente e grande organizzatrice, ndr). Pensarci come gli eroi epici ci ha aiutato a superare le difficoltà in questi anni».

La guerra commerciale tra Stati Uniti e Cina è un pericolo anche per l'e-commerce?

«Le rispondo con le parole di Ma laoshi: "La guerra commerciale fa strage di posti di lavoro, opportunità e speranza". Il mondo non deve usare il commercio come arma, ma come soluzione dei problemi. Noi siamo per l'internazionalizzazione universale: eWTP, che significa "electronic World Trade Platform"».

(Ha collaborato Yu Weiwei)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



● Multinazionale a Hangzhou

AliExpress è la piattaforma online B2C di proprietà di Alibaba, nata nel 2010 e che oggi copre 220 Paesi, ha 150 milioni di clienti internazionali e parla 18 lingue diverse. Finora i produttori erano solo cinesi, da fine marzo sbarcherà in Italia con l'obiettivo di inglobare le Pmi dei distretti manifatturieri e industriali del Paese, che potranno vendere sui mercati internazionali. Per la distribuzione sono stati stretti accordi con Sda di Poste italiane. La casa madre Alibaba, con un fatturato di 40 miliardi di dollari, è una multinazionale cinese privata fondata da Jack Ma nel 1999 a Hangzhou; è attiva in e-commerce, pagamenti digitali, cloud computing, logistica.



Trudy Dai Shan
Presidente di AliExpress,
società che fa parte
del gruppo Alibaba



Ingegnere

Trudy Dai, 43 anni, presidente di Aliexpress e dei mercati all'ingrosso di Alibaba, di cui è tra i fondatori

XI JINPING ARRIVA IN ITALIA SARA' VIETATO FARE DOMANDE

di Redazione

Il presidente cinese **Xi Jinping**, il "principe rosso", arriverà a Roma venerdì 22 marzo e il giorno dopo, sabato 23, è prevista la firma del discusso memorandum economico sulla **nuova Via della Seta**. Saranno rigorosamente vietati assembramenti e sit in di protesta.

XI JINPING ARRIVA IN ITALIA: VIETATO FARE DOMANDE

di Redazione

Il presidente cinese **Xi Jinping**, il "principe rosso", arriverà a Roma venerdì 22 marzo e il giorno dopo, sabato 23, è prevista la firma del discusso memorandum economico sulla **nuova Via della Seta**. Saranno rigorosamente vietati assembramenti e sit in di protesta in un clima che rispecchia quello riservato in Cina a chi dissente. I **Radicali italiani**, che volevano inscenare a piazza Colonna un sit in contro il memorandum, dovranno accontentarsi di alzare la voce davanti alla sede Rai di Viale Mazzini.

Fatto ancora più sconcertante: il presidente cinese non risponderà alle domande dei giornalisti dopo il pranzo ufficiale con il premier Conte a Villa Madama. Rilascierà solo qualche dichiarazione di circostanza.

Restano sul tappeto le questioni poste dalla Lega sul memorandum, in particolare sul tema delle **telecomunicazioni** anche se il governo garantirà il controllo dei settori strategici attraverso la golden power, cioè la possibilità di blindare delle società che gestiranno le infrastrutture realizzate con capitali cinesi in caso di rischi per la sicurezza nazionale. "Le chiavi di casa - ripete **Matteo Salvini** - le devono possedere gli italiani". "Voglio controllare chi viene a investire in Italia, su cosa viene a investire e che non siano settori

strategici", ha sottolineato Salvini, spiegando che "dal mio punto di vista non ci sarà nessun problema con gli Stati Uniti". Perplexità sull'accordo anche da parte del ministro degli Esteri **Enzo Moavero Milanese**: "Naturalmente le preoccupazioni legate a profili di sicurezza dei nostri alleati sono in primis le nostre preoccupazioni", aggiungendo che le garanzie per i cittadini e per il nostro Paese "hanno la precedenza sulle opportunità economiche".

Più si avvicina la visita di Xi Jinping con la conseguente firma del memorandum sulla nuova Via della Seta più gli interrogativi sui preminenti interessi nazionali vengono posti anche dal mondo della produzione. "Non dobbiamo alzare muri, ma problema è complesso", ha affermato nel corso di 'Mezz'ora in più' su Rai3, il presidente di Fincantieri **Giampiero Massolo**. Massolo faceva riferimento alla presenza di operatori di telecomunicazioni cinesi che operano nel 5G (la quinta generazione di connessione mobile) in Europa e in Italia. "Masse sempre più imponenti di dati a velocità sempre maggiori vanno affidati a chi è di nostra fiducia o a chi offre qualche centesimo in meno?".



LO STUDIO DI UNICREDIT-SUBITOCASA

Il mercato immobiliare continua la risalita anche grazie all'on line

Internet permette di ampliare la platea degli acquirenti
Le compravendite nell'ultimo trimestre 2018 a +9,3%

600
mila circa il numero delle compravendite di immobili registrate in Italia ogni anno

SANDRA RICCIO

Il mercato immobiliare continua a dare segnali di ripresa. La conferma arriva dai dati pubblicati di recente dall'Osservatorio del Mercato Immobiliare dell'Agenzia delle Entrate. Nell'ultimo trimestre dell'anno scorso, le compravendite di nuove case hanno registrato un balzo in avanti del 9,3% rispetto al 2017, attestandosi a quota 167.068 scambi. Si tratta del quindicesimo trimestre consecutivo di crescita. Il tasso di incremento è il più alto degli ultimi due anni ed è più accentuato nel Nord Est del Paese (+12,5%) e al Centro (+12,4%). L'andamento lascia sperare in un proseguimento del trend anche nei prossimi trimestri. «La ripresa è in corso da un paio di anni e ha portato il numero delle compravendite intorno alle 600mila unità annue – dice Mario Breglia, presidente di Scenari Immobiliari -. E' un dato che fa pensare a un andamento sicuramente stazionario nel positivo anche per quest'anno». Si tratta, infatti, di un livello ben distante dai picchi minimi di 450mila unità fatti registrare nella fase peggiore del mercato. Tuttavia i numeri pre-crisi, con compravendite a quota 850mila unità,

sono ancora distanti. «Il dato è positivo anche considerata la fase economica di stallo che non aiuta di certo il settore» aggiunge Breglia.

In questo contesto si sta affermando sempre di più la ricerca online di immobili da acquistare. Nuove formule provano a fare breccia, in particolare quelle che saltano gli intermediari e mettono in contatto diretto acquirenti e venditori. E' il caso del portale Homepal e di CasetraPrivati. Promettono di arrivare all'affare senza pagare commissioni. Si rivolgono principalmente ai privati che intendono vendere o acquistare immobili senza la partecipazione di agenzie o di persone che lavorino direttamente o indirettamente per loro conto. A queste nuove realtà si aggiungono i tanti siti che pubblicano annunci di case in vendita e sono ormai da anni un riferimento per riuscire a orientarsi al meglio sul mercato. E' il caso di Immobiliare.it oppure di Casa.it ma l'elenco è lungo.

«L'online è diventato un'importante opportunità per chi cerca casa – spiega Domenico Ciacera, responsabile marketing UniCredit Subitocasa -. Tante volte, però, ha portato gli acquirenti a pensare di poter fare da sé, salvo poi restare delusi». Secondo uno studio realizzato da Beyond Research per UniCredit Subitocasa, l'avvento di Internet nel mercato immobiliare ha rivoluzionato il panorama della compravendita. Per esempio, ha consen-

to all'immobile di manifestarsi virtualmente prima che il proprietario apra fisicamente le porte di casa per la visita in casa. Inoltre, ha ampliato enormemente la platea dei potenziali acquirenti. Lo studio vede una ripresa a macchia di leopardo più accentuata nell'Italia del Nord, nelle aree metropolitane e nelle città turistiche. A tirare la volata sono gli immobili di pregio (che non hanno mai risentito davvero della crisi). Il trend è meno evidente al Sud e nelle provincie. Inoltre è meno accentuato per gli immobili di valore medio e basso.

«Internet viene sicuramente in aiuto di chi cerca casa da acquistare – dice Ciacera -. Offre un gran numero di opportunità ma ben presto l'acquisto, senza un intermediario, si rivela un "campo minato", in cui volentieri, si ha bisogno di uno "sminatore"». Gli scogli principali riguardano ancora la documentazione necessaria per comprare. «Le difficoltà più diffuse sono legate, per esempio, alle conformità catastali o a eventuali abusi edilizi non sanati – spiega Ciacera -. Ci sono poi molti altri dettagli che richiedono l'esperienza di un bravo agente immobiliare anche perché, in questo ambito, l'acquisto sbagliato può mettere a repentaglio le finanze di una famiglia».

Insomma, l'attenzione deve essere massima così come la scelta dell'intermediario giusto che oggi ha la tecnologia dalla sua parte, sia per aumentare il livello di servizio, sia per accrescere le occasioni di contatto. —

© BY NC ND. ALCUNI DIRITTI RISERVATI





ALDO SOLDI

L'inchiesta

Coop volta pagina più online, meno iper

LUCA PAGNI → pagina 6

L'inchiesta

Coop prepara il grande ricambio: online, nuovi vertici e meno iper

LUCA PAGNI, MILANO

Il 27 marzo si riuniranno a Genova i delegati delle cooperative di consumo per scegliere chi le guiderà in una fase che si preannuncia di rottura, necessaria per superare la crisi e respingere l'attacco dei concorrenti

Come se non fossero sufficienti il calo dei consumi, l'aggressione delle vendite online, la crescita del fenomeno dei discount, la crisi degli ipermercati, ora va aggiunta l'ultima insidia, portata dai rivali di Conad. Nel mondo della grande distribuzione, uno dei settori di peso dell'economia italiana, con i suoi 83 miliardi di fatturato all'anno, potrebbe presto essere messo in dubbio il primato detenuto da Coop. Dopo un trentennio, fatto mai verificatosi, il sistema delle cooperative di consumatori potrebbe cedere il primo posto nella classifica. E tutto questo mentre si avvicina un appuntamento che segnerà come poche altre volte il suo futuro: la grande assemblea dei delegati che il 27-28 marzo si riunisce a Genova, dove si voterà per un rinnovamento dei vertici di Ancc-Coop, l'Associazione nazionale delle cooperative di consumo aderenti alla Lega Nazionale delle Cooperative. E dove nasceranno le strategie per fare fronte alle sfide dei prossimi anni.

Contrariamente ad altre realtà economiche, dove chi comanda è

eletto da una plenaria di azionisti, la quale vota per i membri di un consiglio di amministrazione e vince chi ci ha messo più capitali, in questo caso sulla carta a comandare sono i clienti. O meglio, i 6,8 milioni di soci-consumatori iscritti alle 87 cooperative sparse lungo tutta la penisola. Se pensate che sia complicato, vi basti sapere che l'Ancc-Coop è l'organismo in cui si decidono le politiche «per ottimizzare i benefici dei soci - e per le comunità in cui vivono - e come realizzarle», mentre il braccio operativo è svolto da Coop Italia. Quest'ultima è un consorzio che ha sede a Casalecchio di Reno (Bologna) e che detiene i marchi, effettua la produzione diretta o indiretta di ciò che viene venduta sugli scaffali, gestisce magazzini e depositi delle merci, sviluppa attività di promozione e marketing comuni fino a promuovere progetti per recuperare efficienza economica.

EFFETTO CONAD

In realtà, la "governance" di Coop sarebbe molto più complicata di così. Perché a tutto ciò bisognerebbe aggiungere che, per definizione, le cooperative associate non hanno scopo di lucro, visto che si definiscono «imprese di persone, prima che di capitali». E come tali «non massimizzano il profitto e non distribuiscono utili». Ma «operano nel mercato» in favore «delle comunità e delle future generazioni». Da qui le 5.200 iniziative sociali e culturali o le diecimila classi scolastiche coinvolte a vario titolo. Ecco perché un tema di discussione sarà la "territorialità": andare avanti nella governance in cui si vendono gli stessi prodotti ma poi all'interno di ciascuna coop ognuno si organizza in autonomia, o proseguire il percorso di aggrega-

zioni che nel 2015 ha portato alla creazione di Alleanza 3.0, la più grande d'Europa, con la fusione di Adriatica, Nordest ed Estense.

Eppure, nonostante la costruzione barocca, da tre decenni Coop è il numero uno nella grande distribuzione italiana. Non ha come fine ultimo il profitto, ma nel 2017 ha avuto un giro d'affari per 12,3 miliardi (cresciuto dello 0,4%), dà lavoro a 60mila dipendenti, gestisce 13mila fornitori e ha una quota di mercato pari a 14,2 per cento del totale. A cui si devono aggiungere 9 miliardi di prestito sociale, i cui proventi hanno contribuito al mantenimento dei conti, supplendo in qualche caso al "rosso" nel business dei supermercati.

Con questi numeri ha saputo resistere a realtà dinamiche come E-selunga, dominante nelle regioni settentrionali a partire dalla Lombardia, e all'invasione dei colossi francesi come Auchan e Carrefour. Sostenendo pure l'assalto dei marchi tedeschi del discount, che per usare un termine in voga sono l'elemento *disruptive* del mercato. E ora Coop potrebbe passare in seconda posizione se Conad, a sua volta costruita su un sistema di cooperative non di consumatori ma di dettaglianti, riuscirà a incrementare il suo 12,5%, grazie all'alleanza appena stretta con il finanziere Raffaele Mincione (italiano basato a Londra, con incursioni in



Carige e Mps) e che potrebbe approfittare di qualche marchio - con annessi supermercati - messo in vendita dai concorrenti in difficoltà, a partire da Auchan.

Di questo e di molto altro si discuterà a Genova, prima del voto che porterà a un nuovo vertice, a partire dal nuovo presidente che prenderà il posto di Aldo Soldi. Con un rinnovamento generazionale che si annuncia consistente.

DIVISI SULLE DOMENICHE

Sull'assemblea dei delegati planerà - ad esempio - il tema del lavoro domenicale: per alcune realtà a vocazione turistiche o nei centri commerciali delle grandi città del Nord le aperture nei festivi sono una scelta senza se e senza ma. E molto cooperative sono contro qualsiasi intervento legislativo che limiti l'apertura. Ma non dappertutto è così: in realtà più piccole o con ritmi di vita diversi delle metropoli, non è un'esigenza.

Nei centri minori le esigenze sono altre. Come dimostra il successo di alcune iniziative della Coop Reno, 43 punti vendita sparsi tra i quartieri più periferici di Bologna e Ferrara e centri isolati con 4-5 mila abitanti, che sono poi la maggioranza dei comuni italiani. Come racconta il presidente Andrea Mascherini, il quale invita a non far finta di nulla rispetto a quanto il paese è stato trasformato dalla crisi: «I cambiamenti nella grande distribuzione spesso ci spiegano come cambia la società italiana. Il successo dei discount, per esempio, ci dice che i consumatori chie-

dono una risposta alla domanda di prodotti a basso prezzo, ma che siano anche di qualità. Perché nessuno si vergogna più a frequentare i supermercati dove la prima esigenza è il risparmio».

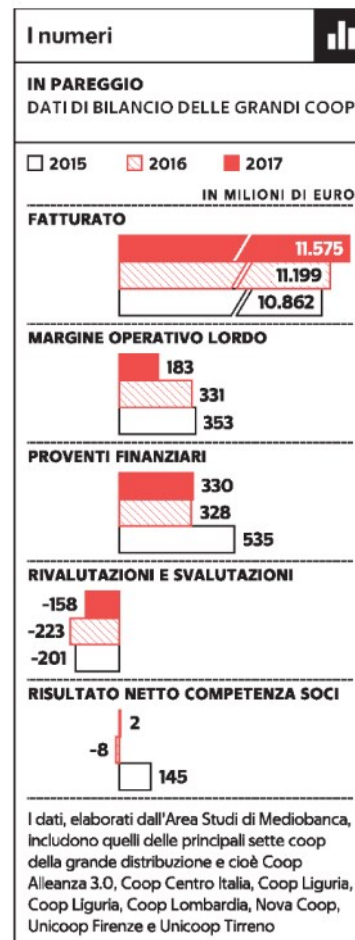
LA COMUNITÀ ESISTE ANCORA

Ecco spiegato il successo di una iniziativa di Coop Reno che ha trasformato le casse dei supermercati in punti in cui è possibile pagare le bollette, fornendo un servizio in centri dove magari non si trova più l'ufficio postale o lo sportello della banca. Anche da questa esperienza, è nato un "progetto nazionale sui piccoli formati", per trovare risposte da replicare altrove.

A Genova si discuterà proprio di come riuscire a coniugare la necessità di non perdere soldi, rispondere alle esigenze dei clienti, ma restare fedeli al mandato "sociale" di una cooperativa. Per esempio, innovando, come spiega Ernesto Dalle Rive, il presidente di Nova Coop, una delle più grandi, attiva in Piemonte e dintorni: «Dobbiamo cambiare e adeguarci ai tempi, chi si ferma è morto o alla meglio subisce il cambiamento». E dalle parti di Torino ci hanno dato dentro: hanno ridotto le superfici negli iper, dando in affitto ad altri operatori lo spazio in eccesso, sviluppato una iniziativa per vendere luce e gas, promosso sconti personalizzati. Ma il fiore all'occhiello è l'apertura di un negozio "vetrina" dei prodotti a marchio, poi diventato bar, libreria e spazio dibattiti. Mentre per andare incontro a chi non vuol perdere tempo al super. c'è lo

"zero code" al banco del fresco: prenoti spesa su un tablet e il sistema ti dice quanti minuti dopo ripassare. «La tecnologia non sempre deve disorientare - chiosa Dalle Rive - abbiamo pensato a un sistema in cui può anche aiutare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

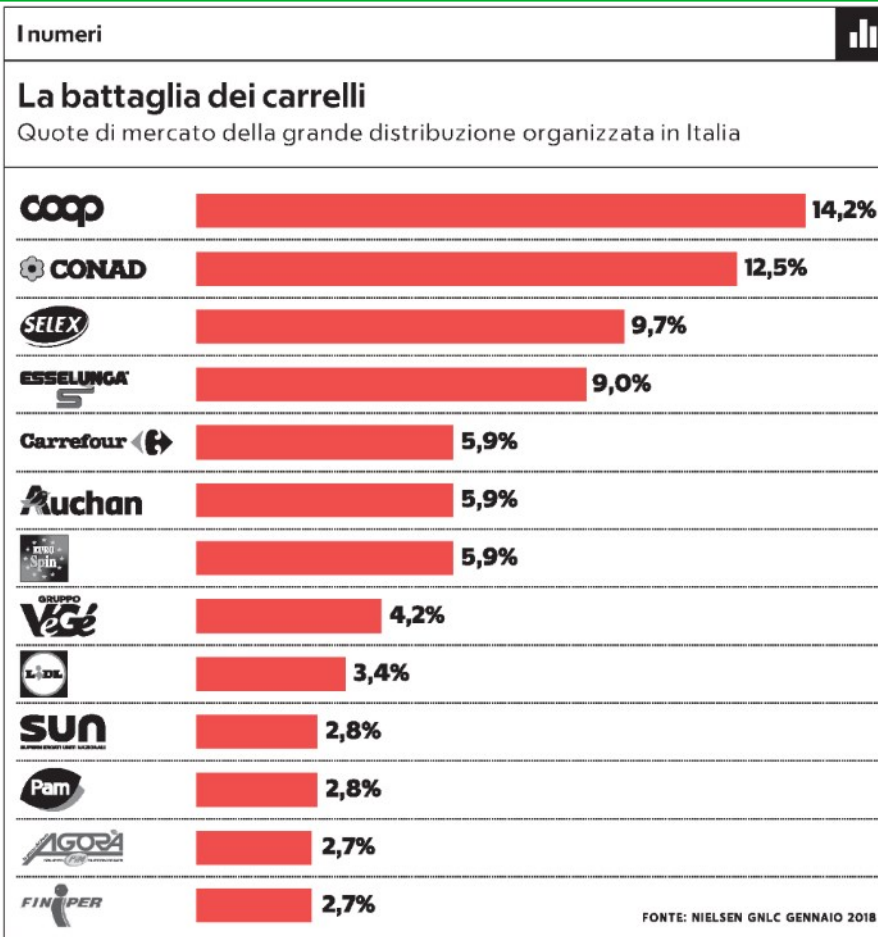


L'opinione



Il successo dei discount mostra che nessuno si vergogna più a entrare in supermercati dove la prima esigenza è il risparmio

ANDREA MASCHERINI
COOP RENO



Ernesto Dalle Rive
Novacoop



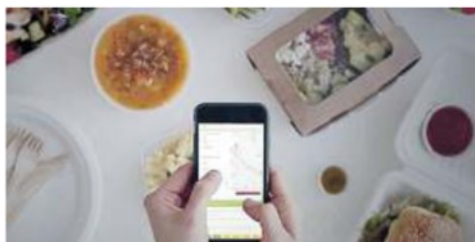
Andrea Mascherini
Coop Reno

Il Supermercato del futuro di Coop Lombardia, alla Bicocca, a Milano



L'idea Cibo a domicilio più veloce con Deliverart che gestisce il processo dall'ordine alla consegna

Il fenomeno del food delivery, il cibo a domicilio, in Italia vale 3,2 miliardi di euro, con 30 milioni di italiani che ordinano via telefono e 10 milioni pronti via app. Dati che emergono dal recente studio dell'Osservatorio Just Eat, secondo cui il mercato digitale del takeaway vale l'11% del settore, un trend in crescita, che consentirà ai ristoranti di aumentare clienti e fatturato, ma che crea già oggi non pochi problemi gestionali.



IL SISTEMA
Sopra, l'app di Deliverart
A destra, Eleonora Bove e Bryan Natavio, co-fondatori del software

(Foto Fabio Angeloni)



CAOS E RITARDI

Ogni piattaforma di food delivery infatti ha il suo dispositivo elettronico installato nel ristorante, costringendo il gestore a un controllo, spesso caotico, di ordini che si accavallano, creando possibili ritardi in cucina e sala.

Nel 2018 cinque ragazzi romani, hanno creato Deliverart, un software in cloud per ottimizzare i processi di food delivery, dalla ricezione dell'ordine alla consegna, monitorandone i risultati e tracciando le performance delle risorse in tempo reale. «Ho lavorato per anni nei ristoranti, dal corriere al gestore, per questo conosco tutti i passaggi», spiega Bryan Natavio, co-fondatore di Deliverart insieme a Eleonora Bove. «Il sistema raccoglie i flussi dalle piattaforme di ordinazione, compresi quelli telefonici, gestendo in automatico, orari e volumi. Crea un'unica coda di consegne, togliendo al ristorante il compito di rispondere ad ogni ordine».

I PASSAGGI

In base alle priorità, il software smista le comande in cucina, visualizzate su monitor, tablet o smartphone dal cuoco, che comunica al ristoratore la situazione aggiornata dei fornelli e predispone l'invio al corriere, tracciabile via Gps, fino alla consegna. Deliverart inoltre fa un report sui piatti più richiesti, sulle tempistiche di lavoro del personale e delle consegne.

Paolo Trivisi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'industria italiana ha bisogno di macchine e robot

Il super-ammortamento aveva messo le ali agli investimenti tecnici. L'errore del governo, che non l'ha rinnovato per il 2019

di Marco Fortis

Se si considerano le serie storiche di contabilità nazionale dell'Istat coerenti con il sistema europeo 2010, che partono dal 1996 e arrivano sino a oggi, si potrà constatare che non vi sono mai stati tassi di crescita trimestrali tendenziali anno su anno così forti degli investimenti tecnici delle imprese italiane come è avvenuto dal quarto trimestre 2016 al secondo trimestre 2018. Merito del super-ammortamento e del piano Industria/Impresa 4.0 che hanno letteralmente messo le ali agli investimenti in macchinari, Ict e mezzi di trasporto delle aziende del made in Italy.

La politica economica per gli investimenti tecnici varata nel 2015-16, poi rinnovata con la Finanziaria 2017 e proseguita nel 2017-18, è stata il più efficace volano per l'ammmodernamento in tecnologie e nuovi equipaggiamenti delle imprese italiane dai tempi della Legge Sabatini del 1965 e dalla Legge Tremonti del 1994. Non lo dicono solo gli imprenditori ma anche i numeri. Basti pensare che il più forte aumento trimestrale in termini reali degli investimenti tecnici in Italia si è registrato, sull'arco degli ultimi ventidue anni, nel quarto trimestre 2016 (più 14,8 per cento anno su anno); il secondo incremento più alto si è avuto nel secondo trimestre 2018 (più 12,8 per cento); e il terzo nel terzo trimestre 2017 (più 12 per cento). Per ritrovare crescita record vicine a queste degli investimenti in macchinari ed equipaggiamenti delle nostre imprese bisogna risalire all'indietro fino al quarto trimestre 1997 (più 11,1 per cento). Ma senza che allora vi fossero state la continuità e l'intensità sperimentate tra il 2016 e la prima metà del 2018.

Una misura semplice ma efficace si è rivelata il super-ammortamento, molto utilizzato dalle piccole e medie imprese per gli acquisti di torni, macchine transfer, macchine per imballaggio, robot industriali, macchine tessili, macchine per lavorare metalli, legno, ceramiche, materie plastiche, ecc.. Tutte tecnologie, tra l'altro, prevalentemente prodotte in Italia, essendo il nostro paese leader mondiale in questi settori con la Germania e il Giappone. Per cui, in buona sostanza, il

super-ammortamento prendeva due piccioni con una fava: da un lato favoriva gli investimenti e l'ammmodernamento tecnologico delle nostre imprese rendendole più competitive, e, dall'altro, sosteneva le nostre stesse produzioni meccaniche di eccellenza. Una cosa ben diversa dall'incoraggiare l'acquisto di computer, pur utili ma prodotti in Cina, come avvenuto in passato. Questa volta, con le politiche mirate sugli investimenti in macchinari, si stimolavano prevalentemente produzioni e tecnologie italiane.

Purtroppo, il governo ha deciso di non rinnovare il super-ammortamento per il 2019 mentre è stato mantenuto l'iper-ammortamento per le tecnologie abilitanti 4.0, con una apprezzabile rimodulazione dello stesso in modo da orientarlo principalmente verso i fabbisogni delle imprese di minori dimensioni. Ma intanto è arrivato il rallentamento congiunturale e nel terzo trimestre 2018 la crescita tendenziale degli investimenti tecnici delle imprese italiane è crollata a un misero più 1 per cento e nel quarto trimestre è andata addirittura sotto zero: a meno 1,1 per cento. Ciò ha contribuito in modo sostanziale alla frenata del pil italiano. E' quindi auspicabile che sul super-ammortamento il ministero dello Sviluppo economico possa rivedere la sua posizione e valutare una rapida reintroduzione di questo meccanismo per rilanciare gli investimenti delle Pmi e la fiducia tra gli imprenditori.

D'altronde, l'efficacia del super-ammortamento, dalle cui costole sono poi nati anche l'iper-ammortamento e tutto quell'insieme di misure a favore dell'ammmodernamento delle imprese che spaziano dal credito di imposta per la ricerca al *patent box*, è evidente dai dati di contabilità nazionale. Negli ultimi ventidue anni non era mai accaduto che il contributo diretto alla crescita tendenziale del pil italiano fornito dai soli investimenti tecnici toccasse il più 0,9 per cento, come successo nel quarto trimestre 2016. Rispetto al passato, in cui il contributo degli investimenti in edilizia al pil era sempre stato preponderante o uguale a quello degli investimenti tecnici, negli ultimi anni questi ultimi sono stati il principale motore della nostra domanda interna, assieme ai



consumi delle famiglie.

Anche alcuni indicatori “fisici” danno una chiara idea di quale rivoluzione tecnologica sia stata attivata dalle misure per gli investimenti delle nostre imprese varate negli ultimi anni. Secondo Ucimu, gli ordini di macchine utensili sul mercato interno italiano sono cresciuti del 57 per cento in termini reali nel biennio 2016-17 (durante il quale sono stati avviati prima il super-ammortamento e poi il piano Industria 4.0). Altrettanto stupefacenti sono stati gli sviluppi della robotica. Secondo la International Federation of Robotics, l'Italia nel 2017 era la settima nazione del mondo per stock di robot (con oltre 64 mila unità installate), pur non possedendo il nostro paese le gigantesche industrie dell'auto o dell'elettronica (nelle quali i robot sono prevalentemente impiegati) di economie come la Germania, la Cina, la Corea o il Giappone. Si pensi che nel solo biennio 2016-17 gli acquisti di robot in Italia sono aumentati rispetto al 2015 del 26 per cento nelle industrie alimentari e delle bevande, del 58 per cento nell'industria della moda, del 62 per cento nel legno-mobili, del 76 per cento nella gomma-plastica-chimica, del 34 per cento nel vetro-ceramiche e del 43 per cento nella metallurgia-meccanica.

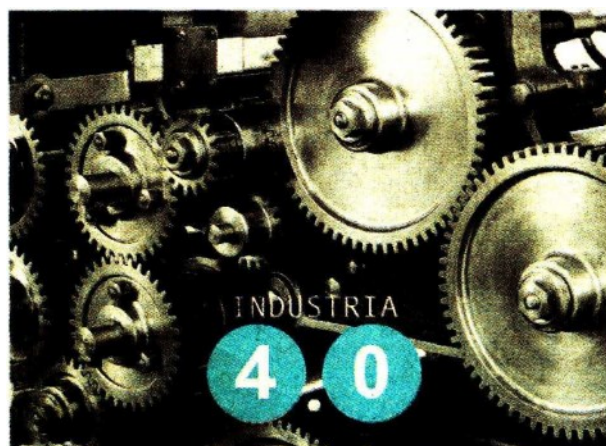
■ Dove nasce e come si sta sviluppando ciò che è definito "Internet of things"

Industria 4.0: rivoluzione in atto

Nomi diversi per un cambiamento radicale nelle nostre vite

Il 2009 si Usata per la prima volta alla Fiera di Hannover nel 2011 in Germania da un gruppo di lavoro presieduto da Siegfried Dais della multinazionale di ingegneria ed elettronica Robert Bosch GmbH e da Henning Kagermann della Acatech (Accademia tedesca delle Scienze e dell'Ingegneria), l'espressione "Industria 4.0", ha poi avuto uno sviluppo esponenziale nel corso degli anni rappresentando quella che stata definita la quarta rivoluzione industriale. Sinonimi di impresa 4.0 e internet of things, queste definizioni sono entrate ormai nel linguaggio comune, attirando investimenti milionari e piani governativi. Una ricerca di Markets&Markets, una società di ricerca B2B statunitense, si spinge a stimare un valore complessivo di 152,31 miliardi di dollari entro il 2022 impegnati in questo ambito, con un tasso di crescita annuo composto del 14.72%. Ma di cosa si tratta? Con "industria 4.0" si intende un modello di produzione e gestione aziendale. Gli elementi che caratterizzano

il fenomeno sono connessione tra sistemi fisici e digitali, analisi complesse attraverso Big Data e adattamenti real-time". Tradotto in termini più semplici, utilizzo di macchinari connessi al web, analisi delle informazioni ricavate della rete e possibilità di una gestione più flessibile del ciclo produttivo. In Europa sono scattati una serie di progetti a regia governativa per trasferire la "quarta rivoluzione industriale" sul tessuto imprenditoriale, con obiettivi (e nomi) abbastanza simili. Tra gli obiettivi fissati dal Mise (Ministero dello Sviluppo Economico) nel suo piano nazionale "Industria 4.0", invece, si punta a muovere fino a 10 miliardi di euro in più per gli investimenti privati (da 80 a 90 miliardi circa) entro il 2020, oltre a un aumento di 11,3 miliardi di euro in spesa privata nei settori "ricerca&sviluppo" e a una mobilitazione di 2,6 miliardi in volumi di investimenti early stage. Lo stesso piano nazionale Industria 4.0 si pone come traguardo 200mila laureati "nel settore" e 3mila manager "specializzati nei temi della industria 4.0". Obiettivi sicuramente ambiziosi.



■ **VERO PROJECT / Lunga esperienza e forte innovazione sono alla base dell'azienda leader nelle soluzioni per l'Industria Meccanica**

Un partner 4.0 per le aziende del settore

Specialista in software gestionale e soluzioni innovative, sviluppa applicativi ad hoc e chiavi in mano

L mercato dell'Industry 4.0 è iniziato nel 2017 con il piano Calenda ed ha stimolato le aziende ad investire in una logica di digitalizzazione nelle varie fasi della produzione in modo da avere sotto controllo in ogni istante le fasi di lavorazione. Le macchine collegate al gestionale, ai sistemi di pianificazione, la produzione che si trasforma in una vera e propria rete interconnessa dove i dati fluiscono bidirezionalmente dagli uffici alle macchine e viceversa. Uno dei principali attori della scena dell'Industry 4.0 è Vero Project SpA, che vanta anni di esperienza nel settore della produzione meccanica, essendo rivenditore di sistemi Cad Cam di Vero Software, distributore per l'Italia del software ERP per la produzione meccanica WorkPLAN e dei prodotti da essa stessa sviluppati come il sistema di interconnessione QuickMonitor. Il focus dell'azienda è di favorire il passaggio alla digitalizzazione delle aziende meccaniche che lavorano su commessa o piccoli lotti. Tipicamente i software esistenti sono stati sviluppati per la grande produzione in serie e difficilmente soddisfano le esigenze tipiche dei produttori di stampi o di chi lavora su commessa. L'esperienza, i prodotti e la capacità di affiancare e aiutare i clienti nel cam-

biamento hanno permesso a Vero Project di diventare il punto di riferimento per il 4.0 nel mondo dei produttori di stampi. L'approccio vincente è senza dubbio quello di cercare di rendere i processi semplici, di alleggerire il lavoro in azienda e di fare in modo che l'inserimento dei nuovi software sia meno traumatico possibile. Ciò ha portato alla creazione di un vasto parco clienti sparsi in tutta Italia.

Ad Antonio Perini, Amministratore Delegato di Vero Project SpA, chiediamo quali sono i punti di forza che hanno portato l'azienda a consolidare una posizione leader nel mercato.

Grazie ad una lunga esperienza in Vero Italia ed a 30 anni di conoscenza nel settore della costruzione stampi, possiamo unire la fornitura di soluzioni 4.0 ad un'importante consulenza sia organizzativa che di analisi dei dati.

Dal vostro punto di osservazione del mercato, quali attività ritiene che le aziende meccaniche dovrebbero fare per competere nel mercato prossimo futuro?

Secondo noi il focus deve mettere al centro il "fare efficienza", spostando l'attenzione dall'analisi globale a quella nel dettaglio del processo, utilizzando strumenti che, come le

nostre soluzioni, permettano di capire in modo rapido e facile le criticità ed aiutino a trovare le risposte.

Vero Project SpA si muove all'interno di un mercato dinamico ma in un settore a volte ancora restio ad investire in soluzioni software.

Perché un'azienda dovrebbe spostare in parte il focus degli investimenti dalle macchine ai software?

Grazie alla legge Calenda oggi le aziende stanno archiviando sempre più informazioni che poi, però, non analizzano e quindi l'unico vantaggio acquisito è l'aumento del parco macchine senza una vera analisi della reale produttività delle stesse.

L'unico modo per passare alla seconda fase è quella di inserire soluzioni software dedicate a questo. Ad oggi ci sono in Italia oltre 160 aziende che utilizzano le nostre soluzioni e tra queste quasi tutti i maggiori produttori di stampi si sono affidati alla nostra azienda per diventare 4.0

A Roberto Clauser, Presidente di Vero project, chiediamo qualche informazione più dettagliata sui prodotti. WorkPLAN è il software erp per la produzione che proponete, in cosa si differenzia dalle soluzioni tradizionali?

WorkPLAN è un erp che nasce

direttamente dall'esperienza di Vero Software nella meccanica e per questo motivo offre una soluzione alla maggior parte delle problematiche della produzione meccanica su commessa senza dover ricorrere a costose personalizzazioni.

L'implementazione delle vostre soluzioni che impatto ha sulle

risorse dei vostri clienti? Quali sono mediamente i tempi di effettivo utilizzo del software?

L'implementazione e l'utilizzo sono veloci. Indicativamente nell'arco di tre mesi il cliente è in grado di fare la preventivazione, la gestione delle commesse e degli acquisti. La pianificazione dei carichi di lavoro e l'ottimizzazione delle risorse richiede circa 4-6 mesi per arrivare al pieno utilizzo.

Vero Project non solo distribuisce WorkPLAN, ma sviluppa dei propri software. Ci può fare una panoramica delle soluzioni da voi sviluppate?

Le nostre soluzioni di punta sono due. Quick Monitor che permette di interconnettere i controlli numerici delle macchine utensili garantendo la lettura ore in tempo reale e la tracciabilità delle fasi di lavorazione. Quick Quote permette di fare preventivi di stampi per materie plastiche partendo dal modello 3d. Sviluppiamo anche soluzioni personalizzate per i clienti con necessità particolari.



Foto di gruppo Vero Project



Primo piano

Lavoro, caccia ai giovani talenti: ecco le aziende che attirano di più

BARBARA ARDÙ → pagina 10

La ricerca

Lavoro, caccia ai giovani talenti ecco le aziende che attirano di più

BARBARA ARDÙ, ROMA

Potentialpark stima una carenza mondiale di 85,2 milioni di lavoratori entro il 2030. È un vero e proprio "talent crunch" che impone alle aziende di competere per reclutare i migliori. In Italia bene Ferrovie, Erg, Tim

La frase



In Fs abbiamo fatto una rivoluzione sulle modalità di recruiting, rafforzando le strategie online con l'obiettivo di consolidare la relazione con i candidati oltre ad aver ottimizzato i processi di talent acquisition

C' è un problema, che almeno in Italia è stato sottovalutato. Si chiama «talent crunch». Le grandi aziende, ma anche le piccole sono a caccia di talenti che non trovano facilmente sul mercato. Una "fame" di giovani e meno giovani capaci di affiancarle in quella rivoluzione tecnologica e digitale che corre veloce. E l'Italia non è messa molto bene, ma non è la sola. La caccia o la competizione tra grandi imprese è ormai aperta a livello europeo, se non mondiale.

«Le economie globali avranno bisogno di un surplus di 85,2 milioni di lavoratori entro il 2030 – è scritto nel Rapporto di Potentialpark per il 2018, la società svedese che analizza ogni anno la capacità delle imprese di scovare talenti – e se il divario non sarà colmato, le principali economie mondiali dovranno rinunciare a 8,452 trilioni di ricavi (in dollari). Allo stesso tempo, le aziende so-

no sempre più incentivate a innovare adattandosi alla mutazione del mondo del lavoro (dove intelligenza artificiale e automazione stanno diventando mainstream) e all'evoluzione nelle modalità di lavorare (gig economy e movimento #Metoo)». Tutti temi ben presenti nella testa di di si occupa di imprese e ha una visione di lungo periodo.

«Proprio a causa dell'interazione di questi fattori la scarsità di talenti, alla quale ci si riferisce come "talent crunch" – valuta Korn Ferry, agenzia di consulting Usa – è destinata ad aumentare nei prossimi 10 anni. E anche se la situazione in Italia è piuttosto diversa – scrive Potentialpark – l'effetto sul mercato è lo stesso».

E visto che ormai economia e mondo del lavoro pensano in termini globali, le grandi imprese hanno sviluppato da tempo canali online per attrarre i talenti. È lì che pubblicano le offerte di lavoro indirizzate a chi esce dall'Università. Si rivolgono ai giovani con gli strumenti che conoscono meglio, essendoci cresciuti, canali social, mobile e il web. Quali sono le imprese più brave?

Nell'ultimo Rapporto per il 2018 Potentialpark ha valutato, come fa ogni anno, quali imprese hanno le le migliori "vetrine" web per attrarre i talenti in giro per il mondo. Un'analisi che ha riguardato ben 780 aziende globali, tra cui cinquanta italiane.

Il primo posto in Italia, come miglior reclutatore online, se l'è aggiudicato il Gruppo Ferrovie dello Stato. È la società più apprezzata da studenti e neolaureati quando sono a caccia di un

posto di lavoro sul web. Prima sia per i Career Website e Mobile sia per l'uso semplice e chiaro della sezione "Lavora con noi" del sito. «E il segreto – spiegano a Fs – è proprio nella rivoluzione che abbiamo fatto sulle modalità di recruiting, rafforzando le strategie online con l'obiettivo di consolidare la relazione con i candidati oltre ad aver ottimizzato i processi di talent acquisition». Nella prima fase del processo di selezione i candidati sono invitati, attraverso un link, a partecipare a una serie di test che permettono di valutarne le *soft skills*. Tramite LinkedIn e la pagina Facebook dedicata ai recruiting day, i giovani possono inoltre non solo consultare le posizioni aperte, ma anche candidarsi.

Può sembrare blasfemo trattare il lavoro come bene di consumo (che si confronta sui siti web come si farebbe con un'aspirapolvere), ma bisogna ammettere che ormai le due cose vanno a braccetto. Anche perché spesso è sul web che passano le offerte di lavoro che riguardano le nuove figure professionali nate dalle trasformazioni economiche e del mercato del lavoro, proprio quelle figure che le aziende cer-



cano e non trovano.

Come qualità per la “vetrina” online, subito dopo Fs vengono Erg e Hera Group, mentre sale di ben tre punti Roche. Ma è sulla possibilità di candidarsi online che le grandi aziende sembrano aver spinto l’acceleratore, il che conferma la scarsità di talenti. Tutte, da Hera Group, a Nestlé, Microsoft e Tim, hanno risalito la classifica. Fca è avanzata di 9 punti, confermando così una grande attenzione alla ricerca di talenti. «Digitalizzazione, presenza sui social professionali e via mobile – confermano a Fca – permettono di intrattenere una relazione rapida e smart con giovani talenti che si affacciano al mondo del lavoro ricercando sempre più aziende globali e con una forte identità: in questo il nuovo sito global Fca Career è stato molto apprezzato».

Grandi anche gli sforzi fatti dalle grandi imprese sul mobile. Eni è salita di ben 21 punti, Hera Group di 10, Microsoft di 12 pun-

ti. Kpmg ha invece privilegiato i social media (22 punti), così come Bayer (10 punti). Una caccia ai talenti dunque senza esclusione di colpi.


«Che manchino i talenti qualificati – conferma Riccardo Minunni, country manager per l’Italia di Potentialpark – giovani tra i 25 e i 32 è ormai assodato. Per scovarli è necessario non solo avere una buona “vetrina”, ma anche immedesimarsi nei loro desideri e aspettative, che è quello che facciamo noi. In un mondo del lavoro così mutato – aggiunge Minunni – è bene che ogni impresa chiarisca cosa offre all’eventuale candidato e che tipo di lavoro si aspetta. Molte imprese usano il web per rafforzare la loro immagine, meno per spiegare che tipo di lavoro offrono. Anche i percorsi di candidatura a volte sono troppo contorti. Spesso mi sento dire da giovani neolaureati che non si può impiegare un’ora per scrivere una candidatura. Ma la cosa più spiace-


vole per i candidati – aggiunge il country manager Italia di Potentialpark – è inviare il curriculum e non avere risposta. A chi si candida deve essere invece assicurata la tracciabilità della domanda. Le aziende devono rispondere e spiegare perché la candidatura non è stata presa in considerazione». Una trasparenza che aiuta anche a comprendere perché si è stati rifiutati.

Selezionare sul web non è facile. Francia e Germania sono avanti per numeri di canali social, gli Usa all’avanguardia. Una rivoluzione nel recruitment a cui l’Italia arriva un po’ in ritardo, anche se le imprese stanno recuperando. E forse nella fuga di tanti giovani all’estero c’è anche la facilità di trovare lavoro sul web. Una fuga che secondo *Migrantes.it* è aumentata negli ultimi anni del 54%. Germania, Francia, Austria, Spagna, Usa e Sud est asiatico, le mete con più opportunità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I numeri 					
I PIÙ BRAVI AD ATTIRARE I TALENTI					
RANK	COMPAGNIA	DIFF. 2018	RANK	COMPAGNIA	DIFF. 2018
1	FERROVIE DELLO STATO ITALIANE	▲ 2	26	BRICOCENTER	▲ 12
2	L'ORÉAL	▼ 1	27	FERRERO	▲ 7
3	ROCHE	▼ 1	28	SIEMENS	▼ 6
4	HERA GROUPE	▲ 5	29	UNICREDIT	▼ 2
5	BNP PARIBAS	▲ 1	30	FATER	▼ 4
6	ABB	▲ 2	31	LUXOTTICA	▲ 4
7	P&G	▲ 8	32	INTESA SANPAOLO	▲ 15
8	MICROSOFT	▲ 2	33	UNILEVER	▼ 26
9	BAYER	▲ 7	34	PIRELLI	▲ 5
10	AMAZON	▲ 1	35	EDISON	▲ 5
11	NESTLÉ	▲ 3	36	DELOITTE	▼ 7
12	ENI	▲ 6	37	ESSELUNGA	new
13	LIDL	▲ 6	38	BOSCH	▲ 6
14	VODAFONE	▲ 19	39	FCA FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES	▲ 9
15	MONDADORI	▲ 8	40	ITALO NTV	▼ 3
16	ERG	▼ 12	41	ALTEN ITALIA	▼ 13
17	PWC	▲ 13	42	DECATHLON	▼ 17
18	IBM	▼ 5	43	AUTOGRIL	▼ 7
19	EY	▼ 7	44	AMPLIFON	▼ 13
20	ACCENTURE	▼ 15	45	ENEL	▼ 3
21	TIM	▲ 11	46	LEROY MERLIN	new
22	KPMG	▲ 19	47	CHIESI FARMACEUTICI	▼ 2
23	SALINI IMPREGILO	▲ 1	48	CARREFOUR	▼ 5
24	CRÉDIT AGRICOLE	▼ 4	49	GENERALI	▼ 32
25	WHIRLPOOL	▼ 4	50	FASTWEB	nd



FONTE: 2019 POTENTIALPARK STUDY PUBLICATION

Le Top 5 italiane per modalità di reclutamento

FONTE: 2019 POTENTIALPARK STUDY PUBLICATION



CAREER WEBSITE		
RANK	COMPAGNIA	DIFF. 2018
1	FERROVIE DELLO STATO ITALIANE	= 0
2	ERG	= 0
3	HERA GROUP	= 0
4	ROCHE	▲ 3
5	TIM	= 0

SOCIAL MEDIA		
RANK	COMPAGNIA	DIFF. 2018
1	L'OREAL	= 0
2	AMAZON	= 0
3	ROCHE	= 0
4	KPMG	▲ 22
5	IBM	▼ 1

APPLYING ONLINE		
RANK	COMPAGNIA	DIFF. 2018
1	HERA GROUP	▲ 16
2	ABB	= 0
3	ROCHE	▼ 2
4	NESTLÉ	▲ 10
5	MICROSOFT	▲ 23

MOBILE		
RANK	COMPAGNIA	DIFF. 2018
1	FERROVIE DELLO STATO ITALIANE	▲ 4
2	HERA GROUP	▲ 10
3	ABB	▲ 1
4	ROCHE	▲ 3
5	P&G	▲ 5



Luca Bettonte
ad di Erg



Gianfranco Battisti
ad di Fs

The New York Times

DAVID BROOKS



SE STALIN AVESSE AVUTO UNO SMARTPHONE

L'opinione



Se usi Google sei la sua materia prima. I nuovi strumenti non democratizzano il potere, ma lo centralizzano

Mi dispiace per Iosif Stalin. Sognava di dar vita a una società totalitaria nella quale il comportamento del singolo potesse essere previsto e tenuto sotto controllo. Ma è nato cento anni troppo presto. È vissuto prima che la tecnologia rendesse molto più facile essere un dittatore! Prima di tutto, oggi avrebbe a disposizione apparecchiature di sorveglianza di gran lunga migliori. Di questi tempi la maggior parte delle interazioni avviene tramite computer, di conseguenza una traccia elettronica di quello che accade resta sempre. Con l'internet delle cose i nostri frigoriferi, orologi, occhiali, cellulari e telecamere di sicurezza presto registreranno ogni nostro movimento. Nel 2017, Levi Strauss ha prodotto una giacca di jeans interattiva, munita di sensori in grado di rilevare e trasmettere ogni più piccolo gesto, come muovere un dito. Presto, i procuratori saranno in grado di spiccare un mandato di comparizione in qualità di testimoni per le nostre automobili senza conducente, e acquisiranno l'elenco di tutti i posti nei quali ci hanno portato. Per non parlare della tecnologia del riconoscimento facciale che le autorità cinesi stanno adoperando per sorvegliare i loro stessi cittadini. A Pechino il riconoscimento facciale è utilizzato nei condomini per scongiurare che gli inquilini subaffittino gli appartamenti in cui abitano. La società cinese Yitu ha installato un sistema che monitora tutti gli spostamenti dei suoi impiegati che si allontanano dal lavoro per andare in bagno o nella stanza di ristoro. Il sistema li segue e registra con una serie di linee di puntini blu su un monitor. Che apparecchio utile per un dittatore veramente moderno! In secondo luogo, grazie all'intelligenza artificiale, "Baffone" avrebbe a sua disposizione strumenti più avanzati per capire in che modo i suoi cittadini pensano di volersi comportare. Come ha scritto Shoshana Zuboff nel suo libro "The Age of Surveillance Capitalism", quando usi Google non sei un cliente di Google: sei la sua materia prima. Google registra tutto quello che fai, poi elabora e mette a punto modelli in grado di prevedere il tuo comportamento e li vende alle agenzie di pubblicità che - queste sì - sono i suoi clienti effettivi. Grazie a questo business model, alcuni dei cervelli più dotati al mondo hanno speso decine di miliardi di dollari per perfezionare dispositivi capaci di prevedere i consumi del singolo. A uno Stalin contemporaneo tornerebbe utile anche questa tecnologia.

Terzo, grazie ai big data gli Stalin dei nostri tempi potrebbero creare un enorme Sistema di Credito Sociale per assegnare un punteggio ai cittadini e inserirli in base a esso in graduatorie, come fanno i sistemi cinesi oggi in uso. Governi, banche, siti online di incontri raccolgono dati su... tutti. Onorate i vostri debiti? Quante ore trascorrete con i videogiochi? Attraversate la strada fuori dalle strisce pedonali? Se il vostro punteggio è troppo basso, rischiate di finire in una lista nera. E, forse, non vi sarà consentito visitare un museo, volare in aereo, alloggiare in un albergo, entrare in un centro commerciale o prendere la licenza liceale. E vostra figlia non sarà ammessa alla sua università preferita. In passato, ai tempi di Stalin, il disciplinamento sociale era assai ferreo. Dovevi allestire un processo (con grande dispendio di soldi), mandare qualcuno in un gulag o organizzare un'epurazione. Oggi puoi permetterti di avere una tirannia impercettibile, astuta e onnipotente. È come la teoria delle finestre rotte del dispotismo: punendo le devianze più piccole, elimini la possibilità che possano verificarsi quelle più grandi. Quarto, non devi nemmeno prenderti la briga di mettere in scena una rivoluzione. Ti basterà sedurre i cittadini con una sorta di patto faustiano. Tu ti offrirai di distrarli otto ore al giorno con filmati di animali e meme con i quali si potranno immedesimare, e in compenso loro rinunceranno a tuo beneficio alla loro privacy, concedendoti perdipiù pieno accesso ai loro cervelli. A mano a mano che si espande la vita online, quella di quartiere e quella sociale rimpiccioliscono. Quando il tessuto sociale si sfilaccerà, l'isolamento sociale aumenterà, e i vizi e le truffe online si moltiplicheranno, dirai al popolo che lo Stato deve intervenire per ripristinare la fiducia. Con una successione di piccoli passi cronometrati, avrai ottenuto così il permesso di regolamentare la loro vita online in tutto e per tutto. In sostanza, in Cina sta accadendo anche questo. Come George Orwell e Aldous Huxley avevano capito benissimo, se hai intenzione di diventare un bravo totalitarista non è sufficiente che tu tenga sotto controllo il comportamento della popolazione. Per esercitare un potere totale, devi saper controllare



la mente della gente. Con la moderna tecnologia dell'informazione, lo Stato potrà dare forma allo stagno segreto dell'informazione nel quale nuotiamo. Non voglio fingere che tutto sia facile per lo Stalin del XXI secolo. La tecnologia moderna facilita il compito di tenere sotto controllo la popolazione, ma crea anche una mentalità per la quale quest'ultima si può arrabbiare moltissimo per il fatto di essere controllata.

Quando le persone hanno uno smartphone in mano, provano la sensazione di dover avere voce in capitolo, di dover divulgare le proprie opinioni e di avere capacità di agire e dignità. Quando scoprono di essere in trappola nella rete dell'informazione dalla quale sono astutamente dominate, reagiscono.

Quando si rendono conto che le reti d'informazione surrogate non creano sul serio la vicinanza e la comunanza alle quali aspirano, reagiscono.

E così, spontaneamente, si affermano gruppi e masse di persone arrabbiate. Alla fine, ti ritrovi un sistema di dominazione delle élite interrotto da sommosse populiste. La storia umana è tutto un susseguirsi di lotte per il potere. Ogni tot generazioni, per puro divertimento, gli dei mettono a nostra disposizione un'attrezzatura nuova che modifica radicalmente il gioco. Pensavamo che i nuovi strumenti avrebbero democratizzato il potere. Sembra proprio, invece, che l'abbiano centralizzato. Per i dittatori è primavera.

© *The New York Times*

Traduzione di Anna Bissanti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



GIULIA SARTI

Il caso

Web, ecco i politici a rischio hacker

ANNALISA CUZZOCREA → pagina 32

Lo studio

Sicurezza e siti web così i politici italiani aprono agli hacker

ANNALISA CUZZOCREA, ROMA

Il caso di Giulia Sarti è solo il più eclatante. Siti non protetti in oltre il 60% dei casi i dati di chi accede per avere informazioni o per iscriversi alle newsletter sono a rischio. La sottovalutazione dei pericoli della rete è trasversale a tutti i partiti

Multimedia & innovazione

Come si fa a capire se il sito di un politico è sicuro? Se scrivendogli attraverso un form, o iscrivendosi a una newsletter, i propri dati sensibili sono protetti oppure no? Se le informazioni che contiene sono al riparo da attacchi informatici? Nel mondo, il protocollo più usato e riconosciuto dai principali motori di ricerca, a partire da Google, è l'https://, che sta per HyperText Transfer Protocol over Secure Socket Layer. Sareb-

be quindi scontato pensare che i principali personaggi politici lo utilizzino per le loro pagine web, soprattutto per quelle istituzionali. Ma non è così. E soprattutto non lo è in Italia, dove a non avere l'https è addirittura il sito del presidente del Consiglio www.governo.it/il-presidente. Mentre quello dei presidenti di Camera e Senato è raggiungibile sia con che senza quel protocollo (ma, assicurano a Montecitorio, ci sono altri sistemi di sicurezza a prova di hacker o di

sottrazione di dati).

INSICURI QUASI DUE SU TRE



Uno studio di Comparitech firmato da Paul Bischoff ha analizzato i siti web di 7500 politici in 37 Paesi. Di questi, il 60,75% non usa certificati di sicurezza validi, il che - secondo la ricerca - "dimostra che le connessioni non sono né private né sicure". La metà dei siti poi include parti in cui ci si può iscrivere per avere aggiornamenti o per dialogare inserendo i propri dati sensibili, ma "nessuna di queste interazioni può essere protetta senza https". Il protocollo inoltre consente di autenticare i siti dei politici, rendendo gli utenti sicuri del fatto che quella raggiunta non sia una pagina falsa.

Ad avere meno problemi sono gli Stati Uniti, con il 26,22% di siti insicuri. Seguiti nella top five da Gran Bretagna, Germania, Australia e Danimarca. La performance peggiore è quella dei politici della Corea del Sud, 92,31%. Poi ci sono Polonia, Ungheria, Canada e Malta. Quest'ultima, all'86,21%.

L'Italia, dicevamo, non è messa affatto bene. La ricerca ha analizzato 313 siti di personaggi politici. Di questi, 233 non hanno il protocollo https (il 74,44%). Peggio di tutti fanno gli eletti di Fratelli d'Italia, seguiti da Pd e Forza Italia. Nel Movimento 5 stelle, invece, il partito della democrazia diretta e di Internet al potere, la percentuale di connessioni insicure si attesta, stando al campione esaminato, al 63,64%.

A guardare dentro i dati, si scoprono elementi interessanti. Il caso recente dell'ex presidente della commissione Giustizia Giulia Sarti è tanto triste quanto paradigmatico. Non solo perché lei stessa è stata oggetto di un episodio di cyberbullismo sia all'inizio della sua carriera politica che negli ultimi giorni, con la diffusione di foto intime rubate da una vecchia casella di posta elettronica. Ma perché aveva affidato il suo sito (ora chiuso, ma senza protocollo https) all'uomo dalla doppia identità, una reale una sul web, che ha poi accusato di averle sottratto soldi.

D'ALEMA, GRASSO E SANTANCHÈ

E così, a scorrere le pagine italiane esaminate da Comparitech, si scopre che i parlamentari di Fratelli d'Italia la sicurezza informatica non sanno proprio cosa sia, Giorgia Meloni a parte. Non sono protette le pagine, tra gli altri, di Daniela Santanchè, Isabella Rauti, Ignazio La Russa, Walter Rizzetto, Fabio Rampelli. E non è messa meglio la sinistra di Mdp, che non protegge il sito dell'ex presidente del Senato ed ex procuratore nazionale antimafia Pietro Grasso. Così come lascia scoperto quello dell'ex segretario pd Pier Luigi Bersani e di Massimo D'Alema (il più virtuoso è Roberto Speranza, munito di https).

Il caso del Pd, dimostra come non sia un problema di partiti piccoli o nati da poco. La protezione dati manca nel partito democratico agli europarlamentari David Sassoli, Goffredo Bettini, Simona Bonafè, Silvia Costa, Enrico Gasbarra, Pina Picierno. All'ex premier Enrico Letta e alla giovane ex candidata alla segreteria Anna Ascani.

Altri esempi negativi in fatto di protezione sono i siti dei leghisti Marco Zanni o Luca Zaia, della radicale Emma Bonino, del fondatore pd Romano Prodi. Così come, dentro Forza Italia, di Maurizio Gasparri e Licia Ronzulli. Ma perfino dell'ex premier Silvio Berlusconi e di Antonio Palmieri, che è, da sempre, il suo guru per tutto quel che riguarda internet e dintorni.

I TALLONI D'ACHILLE DEL M5S

Il Movimento 5 stelle merita un capitolo a parte perché il tema della sicurezza informatica è sempre stato il suo tallone d'Achille. Per gli attacchi hacker al blog di Grillo, poi blog delle stelle. Per i rilievi fatti dal garante della Privacy a un sito che chiede moltissimi dati personali ai suoi utenti. Nonostante questo, e nonostante siano i meno peggio tra i partiti italiani, i 5 Stelle non hanno imparato la lezione: il sottosegretario all'Interno Carlo Sibilia ha un sito senza

https che chiede, appena lo si apre, di iscriversi alla newsletter del deputato che non credeva allo sbarco sulla luna.

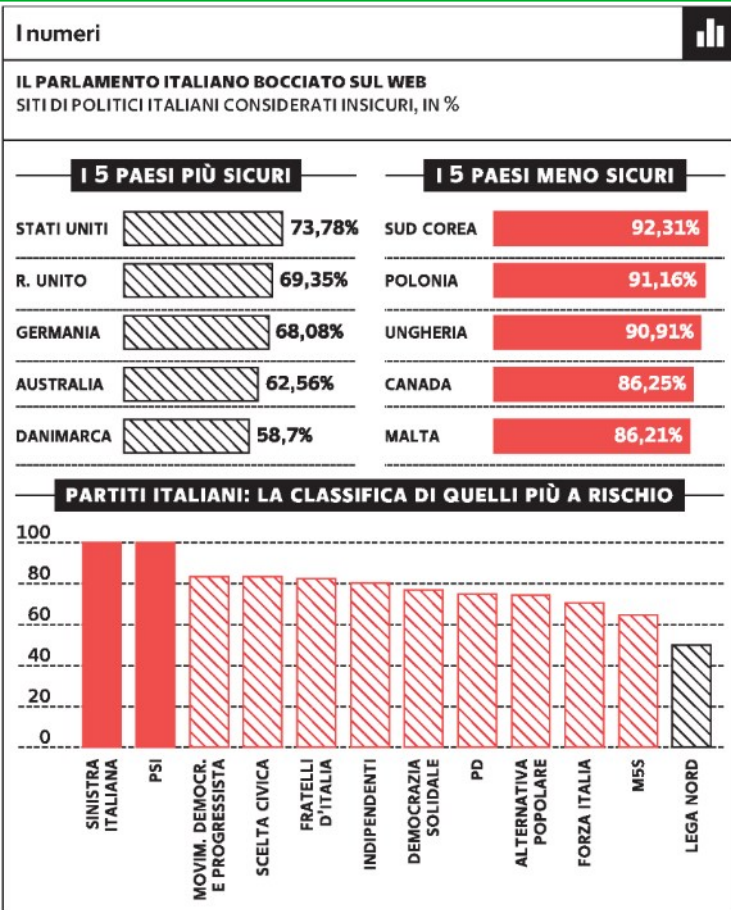
Altrettanto scoperto è il sito di Laura Castelli, sottosegretaria in attesa di deleghe per diventare viceministra dell'Economia. E lo sono quello del tesoriere del gruppo alla Camera Sergio Battelli e di eletti a Bruxelles come il fedelissimo di Luigi Di Maio Ignazio Corrao o del vicepresidente del Parlamento europeo Fabio Massimo Castaldo.

A un certo punto, nella ricerca, appare perfino il nome del presidente del Consiglio Giuseppe Conte, qualificato come "indipendente". Il sito del governo non usa infatti il protocollo https, e non lo fa neanche il sito del ministero dell'Interno. Ci sono altri sistemi di sicurezza per proteggere i dati di chi vi accede e quelli contenuti nei server, ma non quello più utilizzato a livello mondiale. Al sito dei presidenti di Camera e Senato, Roberto Fico e Maria Elisabetta Casellati, si accede sia digitando https che senza farlo. Perché, spiegano da Montecitorio, non si poteva convertire tutto per non perdere materiale d'archivio. Nella pagina di Fico c'è anche un form da compilare, "scrivi al presidente", ma gli uffici della Camera negano ci possa essere un qualsiasi problema di privacy per chi decide di farlo.

COSTI TROPPO ALTI

Nell'utilizzo del protocollo c'è certamente anche un problema di costi. Che è forse una delle ragioni per cui vi accedono solitamente i big dei partiti e non i peones. Questa però, secondo gli esperti consultati da Comparitech, non può essere in alcun modo una giustificazione. Perché le spese sono scese moltissimo e sono giudicate ormai più che sostenibili per chi decide di farsi una vetrina internet. E perché quando si tratta di dati che vengono messi in circolazione sul web, proteggerli dovrebbe essere la prima preoccupazione. Non l'ultima.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



26,2

PER CENTO

È il tasso di insicurezza dei politici Usa: è il valore più basso riscontrato

92,31

PER CENTO

È il tasso di insicurezza dei siti politici sud coreani: è il dato peggiore del mondo



Giulia Sarti
deputato
Cinque Stelle



Luca Zaia, Lega
governatore
del veneto



Enrico Letta
esponente Pd
ed ex premier



Il business di internet e la tutela degli autori

Il Parlamento europeo è chiamato la prossima settimana al voto finale sulla direttiva
Per un sondaggio Harris gli italiani sono favorevoli alla stretta sulle tech company

Copyright Ue, l'85% dice sì alla riforma

Andrea Biondi

A qualche mese dalla medesima indagine, condotta in estate, il risultato non cambia: a dirsi favorevole all'entrata in vigore di una normativa Ue per un'equa remunerazione di autori e artisti da parte dei giganti del tech sono l'85% degli italiani e l'80% degli europei. C'era qualche punto percentuale in meno rispetto al sondaggio chiuso lo scorso agosto: 4 per i rispondenti italiani e 7 per quelli europei. Ma ha pur sempre i contorni del risultato plebiscitario quello che emerge dall'indagine «Copyright & Us Tech Giants» effettuata online da Harris Interactive e commissionata da «Europe for Creators» – cittadini, creativi e quasi 250 organizzazioni – e da Gesac (l'insieme delle Siae europee) a sostegno della riforma del Copyright Ue.

Il sondaggio è stato condotto fra il 15 e il 22 febbraio su 6.600 cittadini europei sopra i 18 anni, di cui 800 italiani. I risultati piombano nel bel mezzo della volata finale della riforma che dovrà regolamentare il diritto d'autore in Europa ai tempi del digitale, attesa al voto degli europarlamentari del 26-27 marzo dopo che il 13 febbraio Parlamento Ue, Commissione e Consiglio hanno trovato un accordo politico definitivo. Poi anche il Consiglio dovrà dare il suo benestare. E non sarà una passeggiata, come non lo è stata finora, con pressioni fortissime e contrapposizione frontale fra produttori di contenuti (favorevoli) e piattaforme (contrari).

A far da detonatore gli articoli 11 e 13 del testo. Il primo prevede per le piattaforme l'obbligo di pagare gli editori per la pubblicazione degli *snippet*: frammenti di articoli caricati sul web con link al sito principale della notizia. L'articolo 13 richiede invece a piattaforme di largo utilizzo (YouTube o Instagram ad esempio) di prendere misure appropriate che impediscano di caricare materiale protetto da copyright.

La scorsa settimana 19 associazioni rappresentative dell'intera industria culturale e creativa italiana, fra cui Confindustria Cultura, Aie, Fimi, hanno inviato un appello agli europarlamentari per il sì alla riforma. Un post del 3 marzo sul blog Google, a firma di Kent

Walker, Svp Global Affairs, parla invece di «un passo avanti e due indietro» con miglioramenti rispetto al testo originario, ma aspetti valutati come critici sia sull'articolo 13 (ad esempio la non chiarezza sui requisiti in base ai quali i titolari dei diritti sarebbero tenuti a collaborare per identificare i rispettivi contenuti) sia per l'articolo 11 («danneggia gli editori piccoli ed emergenti»).

«Porto avanti la mia battaglia a difesa del diritto d'autore con tutte le mie forze», dice al *Sole 24 Ore* il presidente Siae, Giulio Rapetti Mogol. Appena nominato presidente Siae, Mogol è subito volato a Strasburgo, dove all'indomani si sarebbe tenuto il voto sulla direttiva copyright: «Volevo fare un'azione plateale e così ho fatto. Avevo con me cartelloni in cui era scritto: voi avete i miliardi, noi le ragioni». Da allora Mogol è stata una delle voci più decise a favore della riforma Ue.

Il sondaggio non fa che aumentarne la convinzione. «Il diritto d'autore è il diritto che garantisce agli autori la possibilità di vivere dei frutti dell'attività creativa. Ci sono 20mila giovani creativi che guadagnano meno di mille euro al mese e pagano le tasse fino all'ultimo». A questo punto, dice Mogol, «vorrei capire perché, come Siae, chiediamo un contributo minimo anche alle parrocchie e dovremmo essere disposti a non avere la giusta remunerazione da chi fa profitti per miliardi sulle spalle dell'industria creativa». Per Mogol, poi, «non è accettabile» quando si indica come soluzione la deindicizzazione come possibilità per gli editori e all'industria creativa. «Dico solo – replica – che è in atto un'azione di lobbying fortissima e pericolosissima. Senza diritto d'autore la cultura muore».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

“
Senza diritto
d'autore la
cultura
muore. Porto
avanti questa
battaglia con
tutte le mie
forze.
Giulio Rapetti
(Mogol), pres. Siae



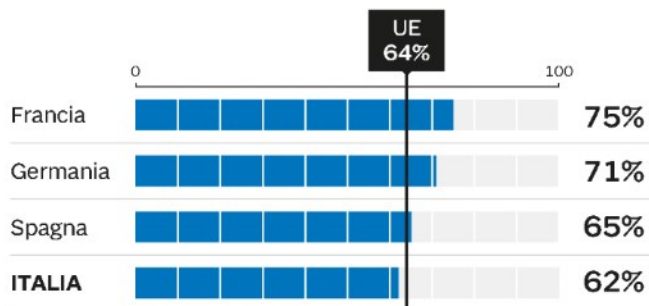
I cittadini europei e i colossi del web

L'Europa e la regolamentazione nei confronti dei giganti tecnologici Usa come Google, Apple, Facebook o Amazon. Risposte in percentuale

GLI SFORZI EUROPEI DI REGOLAMENTAZIONE

L'Unione europea ha regolato in modo sufficiente o insufficiente il potere dei giganti tecnologici Usa negli ultimi 5 anni?

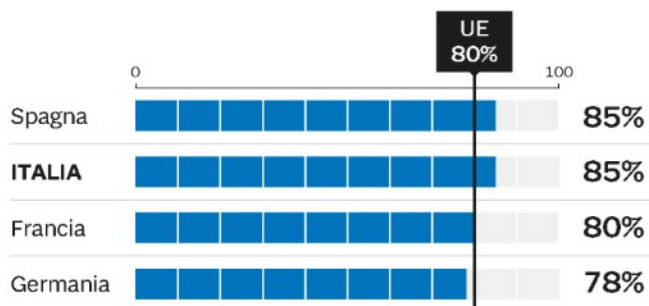
Insufficiente



LA TUTELA E LA REMUNERAZIONE DEGLI AUTORI

Siete favorevoli o contrari a regole Ue che garantiscano di più la remunerazione di artisti e produttori per la distribuzione dei loro contenuti su internet?

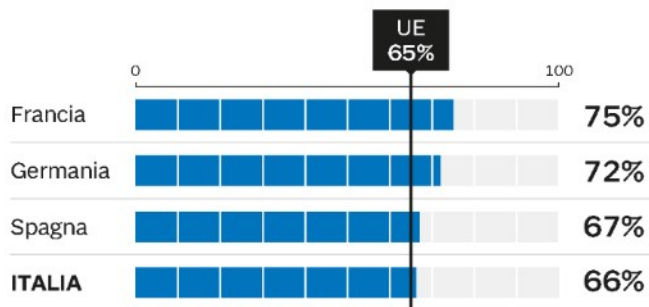
Favorevoli



I RISCHI PER LA CIRCOLAZIONE DELLE INFORMAZIONI

Il potere di influenza dei giganti tecnologici compromette la circolazione di informazioni accurate nei Paesi europei?

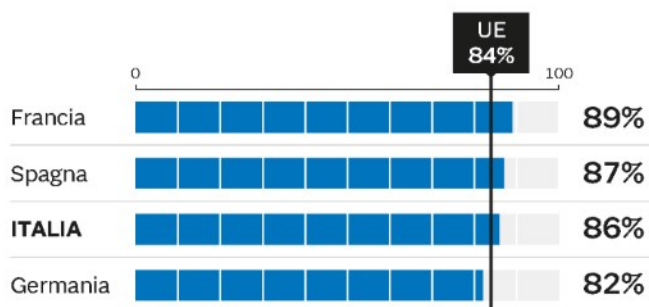
Sì, compromette



"LA NECESSITÀ" DI TASSARE GLI UTILI DEI COLOSSI USA

L'Unione europea avrebbe dovuto introdurre una tassazione sui ricavi europei dei giganti tecnologici Usa?

Sì



Fonte: Sondaggio Harris Interactive (03/2019) su 6.600 cittadini europei, 800 italiani, rappresentativi della popolazione over 18

I PUNTI CONTROVERSI

Le opinioni
Per il 62% la Ue doveva fare di più

● Harris Interactive ha condotto un sondaggio online, fra 15 e 22 febbraio, da cui emerge, fra i vari risultati, che per il 62% degli intervistati italiani (64% europei) negli ultimi cinque anni la Ue non ha fatto abbastanza per arginare il potere di aziende come Google o Facebook.

● Per il 66% degli italiani andava fatto di più per far condividere in modo equo con i creatori di contenuti i ricavi fatti dai giganti del Web con le proprie piattaforme.





IL PUNTO

I (troppo) grandi Google e Facebook

di **Daniele Manca**

Tutto ruota attorno a un concetto, quello del prezzo che noi consumatori paghiamo ai giganti del web per poter utilizzare i loro servizi. Non si tratta di un prezzo misurabile in denaro speso, si paga in dati e attenzione. Attraverso informazioni su di noi e tempo che dedichiamo a Facebook (con le sue controllate WhatsApp e Instagram), Google (che significa anche YouTube), Amazon e via dicendo, paghiamo la loro solo apparente gratuità. Questa immaterialità del prezzo, ha comportato che le autorità antitrust mondiali abbiano fatto fatica a prendere iniziative contro i monopoli che andavano formandosi. Ma si sta facendo strada, come notava il «Financial Times» nei giorni scorsi, un ritorno alle origini delle politiche antitrust. Vale a dire quelle che non si basano solo sul prezzo, ma anche su oggettivi freni alla concorrenza e competizione. Cosa che rischia di far pagare un conto molto salato ai *titani del web* (definizione dell'Economist). Un conto che può arrivare fino al break up, allo

spezzare in più parti quelle società che sono arrivate a godere di un indubbio monopolio. A parlarne esplicitamente è stata Elizabeth Warren, la democratica americana che ha proposto la sua candidatura alle primarie per la corsa presidenziale. Le speranze della Warren non sono elevatissime e, si dirà, fa parte di una minoranza. Ma è indubbio che per la prima volta dal secolo scorso, il Congresso americano ha avviato un'indagine sul settore. E c'è chi ricorda che accadde lo stesso con un'inchiesta antitrust su Microsoft negli anni Novanta. Forse senza quell'inchiesta non sarebbero nati Google e Facebook. Ma per le odierne società monopoliste, il sentiero potrebbe iniziare a essere molto stretto. E per il mercato e i consumatori potrebbe non essere una cattiva notizia.

 daniele_manca

© RIPRODUZIONE RISERVATA



TIKTOK, IL TEMPO È SCADUTO VECCHI SOCIAL FATEVI DA PARTE

La startup da 75 miliardi di dollari è cinese: un'app di mini video e molto altro che impazza tra i ragazzini
Fondata da Zhang Yiming, in ottobre ha avuto più download di Facebook, Instagram, Snapchat e YouTube

di **Martina Pennisi**

La startup tecnologica più preziosa del mondo non è (più) americana. È cinese. Con una valutazione di 75 miliardi di dollari, ByteDance ha scalzato dalla testa della classifica Uber, che si sta preparando alla quotazione in Borsa a cavallo dei suoi 72 miliardi.

Se il nome non vi dice niente, forse TikTok potrà risultarvi più familiare. È l'applicazione con il logo nero con cui probabilmente si sta intrattenendo il ragazzino seduto a fianco a voi in metropolitana o che ha catturato l'attenzione di vostro figlio o figlia nell'ultima mezzora. Si tratta, semplificando molto, di una sorta di versione potenziata delle Storie di Instagram o Snapchat, senza che si autodistruggano dopo 24 ore, o di un'evoluzione (ancora più) social e mobile di YouTube. Piace soprattutto ai più giovani perché permette di creare e montare brevi video, da 15 a 60 secondi, usando come colonna sonora i brani più noti del momento. E perché i suoi contenuti atterrano e vengono visti e condivisi molto anche sugli altri social network.

Scorrendo il flusso di TikTok, ci si imbatte praticamente in qualsiasi cosa tra il divertente, l'assurdo e il nonsense. Come Toutiao, altro prodotto del gruppo, l'app punta sul massiccio uso dell'intelligenza artificiale per distribuire materiale più possibile adatto a chi lo sta guardando. Non solo inseguendo ciò che già piace o interessa, ma concentrandosi su quello che potrebbe piacere o stimolare.

Il metodo

«Ho passato molto tempo solo a guardare i video di TikTok senza farne a mia volta, visto che è un prodotto principalmente per giovani. Poi ho reso obbligatorio per i manager della mia

società di realizzare i loro filmati e ottenere un certo numero di Like. Se non ci riescono devono fare delle flessioni», ha raccontato durante un evento a Pechino il fondatore e amministratore delegato di ByteDance, Zhang Yiming, interpretando con la prima parte della frase il sentimento di qualsiasi adulto che si cimenti con l'iconcina. I numeri impongono di farlo, anche senza la minaccia delle flessioni: disponibile in 150 Paesi, è stata scaricata un miliardo di volte e dichiara 500 milioni di utenti attivi mensilmente.

Il capolavoro strategico di Yiming è stata la conquista dei mercati fuori dalla Cina. Nel novembre del 2017 ha acquistato per un miliardo di dollari la sostanzialmente analoga Musical.ly, gettonata sia in Europa sia negli Usa, e l'ha fusa con TikTok, che in patria si chiama Douyin.

Ha funzionato: in settembre e in ottobre, l'applicazione ha dichiarato di aver accumulato negli Stati Uniti più download di Facebook, Instagram, Snapchat e Youtube. È presto per battezzarla protagonista dell'immediato futuro: «In questo momento è molto popolare, ma ci sono alcuni problemi: conta su utenti che campinano materiale protetto dal copyright e il governo cinese ha rallentato le sue iniziative per monetizzare (che attualmente si basano sugli acquisti in-app di valuta digitale, per cui nel solo mese di ottobre sono stati spesi 3,5 milioni, e su un'ancora embrionale presenza di spot, ndr). È difficile prevedere che ruolo avrà nel mercato a lungo termine», spiega al *L'Economia* Ben Caverder, senior analyst di China Market Research.

Per i concorrenti americani, (anch'essi) in affanno per le pressioni dei legislatori e concentrati sulla necessità di potenziare le alternative al modello di business basato sulla sola pubblicità, è comunque una realtà da non sottovalutare. Non a caso, due settimane fa Mark Zuckerberg ha fatto — o meglio,

ha annunciato — una piroetta del suo ecosistema verso le piattaforme di messaggistica a scapito del flusso pubblico di contenuti cui deve il successo di Facebook e Instagram. Se in passato aveva ceduto al fascino di TikTok introducendo la sincronizzazione labiale con le canzoni, in questo caso guarda in direzione di un'altra cinese: WeChat, una sorta di passepartout per giocare, informarsi, comunicare, accedere a servizi o fare acquisti.

L'intuizione

«Facebook non ha più la sua capacità di tenere legati e attivi gli iscritti. In questo momento in Cina chiunque, dai 12enni agli 80enni, abbia uno smartphone utilizza almeno una funzione di WeChat su base giornaliera, dando all'app la possibilità di continuare a sperimentare», fa notare Caverder. La casa madre, Tencent, vale 127 miliardi di dollari, ma non è indifferente alla scalata di TikTok e ByteDance, con cui battibecca in pubblico e nei tribunali. Il prurito del gigante è dovuto proprio all'aggressività Yiming di oltre il perimetro domestico.

«Gli imprenditori cinesi devono migliorare le proprie capacità man mano che si affacciano al mercato globale. Google è un'azienda senza confini», aveva dichiarato in ottobre il 35enne laureato in ingegneria del software, auspicando un futuro del genere anche per la sua creatura. Per provare ad assicurarselo ha creato «una chat di gruppo in cui guardiamo video realizzati da utenti al di fuori della Cina, da Paesi come Brasile e Vietnam. Amplia gli orizzonti e rende la nostra vita molto più interessante».

 @martinapennisi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



500

milioni

Gli utenti attivi ogni mese in tutto il mondo secondo quanto dichiarato dalla società

3,5

milioni di dollari

Gli acquisti in-app a ottobre 2018 su TikTok, il quadruplo di quelli realizzati nell'ottobre 2017



Da Oriente Zhang Yiming ha fondato TikTok, app di mini video del valore attuale di 75 miliardi di dollari

SORPRESA INTERNET VA PIÙ VELOCE AL SUD

In Campania e Sicilia la fibra ottica arriva in più case e uffici che in Emilia Romagna e Veneto. La ragione?

Gli incentivi pubblici. L'Italia con il 17% di unità cablate corre più dell'Europa, ma è ancora sotto media

Secondo EY, il 5G darà una spinta. Ma la mossa più proficua è che le compagnie telefoniche condividano gli investimenti per le Reti

di **Federico De Rosa**

Sui motivi si potrebbe discutere a lungo: colpa delle strategie delle compagnie, della bassa domanda da parte dei consumatori, degli edifici troppo vecchi. Di certo c'è che l'arrivo della banda ultralarga nelle case degli italiani sta procedendo con qualche lentezza, anche se nel resto d'Europa, dove la tecnologia FttH (Fiber to the home, la fibra ottica fino a casa) rappresenta una frontiera piuttosto recente — tranne in quei Paesi dove la tv viene tradizionalmente trasmessa via cavo — la situazione non è migliore. Anzi: l'Italia in realtà è il Paese che nel 2018 ha registrato la crescita maggiore con un aumento del 43% degli edifici cablati (FttH e FttB, Fiber to the building) grazie soprattutto al lavoro di Open Fiber. Ma il *digital divide* resta un problema: la copertura della banda larga ultraveloce (almeno 100 Mbps) in Italia è di circa il 22% rispetto alla media europea del 58% (in Danimarca è all'86%). Un gap dovuto anche

alle scelte delle compagnie telefoniche «al momento potrebbero avere un interesse relativo a spingere la fibra, visto gran parte della loro rete è in rame, fino alla cabina su strada» spiega Fabrizio Pascale, telco, media & technology Med Leader di EY, notando tuttavia un «maggiore sviluppo della domanda di banda larga su rete mobile, perché in passato le compagnie hanno investito molto sulle reti wireless».

EY ha fotografato in un report l'attuale situazione della rete FttH in Italia. Le case coperte con fibra sono il 17%, dal 10% del 2016, con 4,8 milioni di unità immobiliari. L'accelerazione è avvenuta «negli ultimi due anni soprattutto per l'intervento degli operatori infrastrutturali di fibra» spiega Pascale, il quale sottolinea però un paradosso: «Il sistema di incentivi pubblici ha portato a una maggior copertura in fibra nelle zone del Mezzogiorno».

Oggi ci sono più connessioni FttH a Napoli che a Bologna. Il rapporto di EY indica la copertura della Campania in FttH al 21%, di poco inferiore a quella della Lombardia che ha il 23% delle case cablate. In testa c'è la Liguria con il 37%, seguita da Piemonte (24%), Lombardia, Campania e Sicilia con il 20%.

Ultime Marche (3%), Molise e Valle d'Aosta che risultano senza copertura. Si è detto spesso che la penetrazione

della fibra è lenta per via dell'evoluzione della domanda, che non giustificherebbe la fibra fino a casa. Ma quello che era vero ieri non è detto che valga anche oggi. «Le aziende stanno spostando gli applicativi sul cloud, e dunque servono velocità, tempi di latenza ridottissimi e capacità di upload per poter lavorare in modo efficiente. Se pensiamo poi alle nuove modalità di lavoro, avere a casa una connessione in FttH sarà fondamentale» secondo Pascale. Il quale riconosce tuttavia che a spingere la crescita dell'FttH sarà soprattutto la tv in streaming, ormai uno standard. È una questione di qualità: per vedere programmi in 4K (Ultra Hd) serve una linea ultrabroadband. Si è visto al debutto (a singhiozzo) di Dazn.

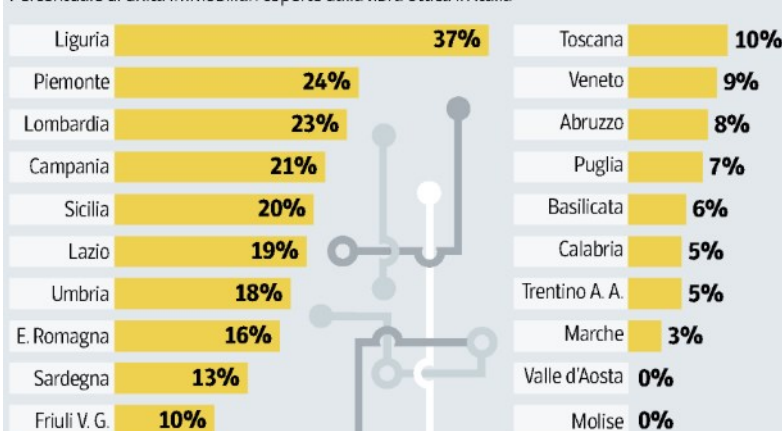
Ma anche il 5G darà una spinta. La rete mobile di nuova generazione performa meglio se il sistema di microcelle è collegato in fibra.

«La fibra accelererà l'utilizzo del 5G» prevede Pascale, che in prospettiva ritiene più proficua una condivisione degli investimenti per le reti. Tim e Vodafone lo faranno per il 5G e la stessa Tim sta trattando con Open Fiber per la fibra: «Ci sono tutte le premesse per creare una rete efficiente che associ 5G e FttH. Oggi nelle telecomunicazioni c'è una visione di sistema».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

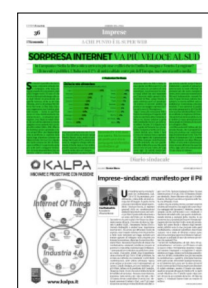
Chi ha la rete ultraveloce

Percentuale di unità immobiliari coperte dalla fibra ottica in Italia



Fonte: Osservatorio Ultra Broadband - EY, 2018

s.F.



OPEN FIBER VA IN RETE

ELISABETTA RIPA

«Open Fiber fa correre l'Italia Con la fibra cresce anche il Pil» Regia pubblica e rete aperta a tutti «Sbagliato duplicare gli investimenti Allo studio sinergie con Telecom»

Da 15 mesi Elisabetta Ripa è al timone della società che implementa la fibra ottica. «Il Pil aumenta di 1,5 punti ogni 10% di penetrazione della fibra sul territorio», dice. E svela la sua idea di pubblico-privato: «La regia deve essere pubblica per garantire un servizio omogeneo a tutti. Ma la politica industriale deve essere dettata dal governo»

«Non c'è nessun motivo per cui si debbano creare due reti sovrapposte sulla stessa città. Tra l'altro in questo momento una rete di accesso in fibra fino a casa del cliente la sta realizzando solo Open Fiber»

Alessia Gozzi
■ ROMA

L'ORGOGGIO di «costruire le autostrade digitali del Paese, che cambieranno radicalmente in meglio la vita degli italiani», la determinazione a «cogliere le opportunità sfidanti» che le sliding doors della vita ci mettono davanti. Su tutto, un obiettivo preciso: accelerare. Elisabetta Ripa, al timone di Open Fiber da 15 mesi, un curriculum che parla da solo (e che l'ha vista al vertice di Telecom Argentina e Sparkle), ha un'entusiasmo contagioso. Di quelle persone pronte a lanciarsi testa e cuore

nei progetti in cui credono. Con oltre 5 milioni di unità immobiliari già cablate in Ftth – la fibra che arriva direttamente a casa – e un piano che prevede la copertura di 8.000 Comuni, Open Fiber sta trainando lo sviluppo digitale dell'Italia grazie ad una rete in grado già oggi di raggiungere 1 Gigabit al secondo e accogliere le evoluzioni tecnologiche.

Quali sono i risultati che la rendono più orgogliosa e le cose che non la soddisfano?

«Sono soddisfatta per la velocità di realizzazione del piano che, quando sono arrivata, era un progetto bellissimo soprattutto sulla carta visto che era stato appena avviato: abbia-

mo raddoppiato la nostra rete (5 milioni di unità cablate) e soprattutto, abbiamo sviluppato il Sud con il recupero di aree che sono rientrate nel sistema produttivo. Mi inorgoglisce il triplete nelle aree C e D a fallimento di mercato, dove abbia-



mo vinto tutte le gare: a fine 2018 avevamo aperto già cantieri in mille comuni. Mi inorgogliscono le risorse umane: 800 persone super motivate e competenti. Ma il viaggio è lungo e non stiamo viaggiando ancora alla velocità massima».

Quest'anno puntate ad avviare altri 2mila cantieri in altrettanti comuni: è alla portata?

«Sono obiettivi ormai alla nostra portata: certo, se non fossero ambiziosi non ce li saremmo dati, a noi piace la sfida».

Ci sono già ricadute concrete per persone e imprese?

«Ci sono e saranno sempre più evidenti. Innanzitutto c'è una correlazione con la crescita del Pil: aumento di 1,5 punti ogni 10% di penetrazione della fibra ultrabroadband sul territorio. In termini concreti, significa inclusione sociale per le famiglie, ormai Internet è un diritto universale, e recupero di produttività per tutte le aziende di medie dimensioni che possono presentare in rete i propri prodotti e servizi. È il caso di un architetto di Anguillara, uno dei nostri primi clienti nella sperimentazione, che grazie alla fibra ha potuto valorizzare il business».

Tra le sperimentazioni c'è quella con il Policlinico di Milano: a che punto è?

«È un esempio di come Internet può diventare abilitante di servizi che migliorano la vita. Con il Policlinico stiamo sviluppando tutta una serie di servizi da remoto per il monitoraggio dei pazienti cronici che consente alle persone di non dover andare sempre in ospedale e per la struttura, risparmi ed efficienza. Dal piccolo imprenditore, alla famiglia alle scuole, con le quali abbiamo attivato diversi progetti come Riconessioni - Educazione al futuro - con la Fondazione per la Scuola e la Compagnia di San Paolo oppure nei plessi scolastici di Scampia».

In un momento nel quale lo Stato azionista torna a fare capolino, come deve giocare il ruolo nel progetto di digitalizzazione?

«Ritengo che la regia debba essere pubblica per garantire un servizio omogeneo e paritetico a tutti i cittadini. La proprietà, invece, non necessariamente deve essere pubblica ma è indispensabile che la politica industriale sia dettata dal governo. Nel caso specifico di Open Fiber si sono uniti questi due mondi perché la rete che stiamo realizzando nelle aree bianche, che beneficia di incentivi, è proprietà dello stato: noi la realizziamo e la gestiamo per 20 anni nel nome e per conto del Ministero dello Sviluppo economico».

Avete chiuso un round di finanziamenti. Quanto investirete?

«Abbiamo assicurato risorse finanziarie per 3,5 miliardi di euro in sette anni grazie al prestito di un pool di 14 banche tra cui la Bei, comple-

tando le risorse finanziarie per il progetto da 6,5 miliardi totali. Ad oggi ne abbiamo già investiti 1,5. Nel 2019 investiremo più di un miliardo e altrettanto faremo nei prossimi anni fino al 2023.

Ci da qualche altro numero di sintesi del progetto?

«Oggi abbiamo oltre diecimila persone di circa 200 imprese italiane che stanno lavorando nei nostri cantieri ma saliranno presto a quindicimila. Abbiamo già realizzato oltre 35.000 chilometri di rete integralmente in fibra ottica che serve oltre 550.000 clienti. Ma siamo solo all'inizio. Questi numeri nei prossimi due anni sono destinati ad una forte crescita così come il numero degli edifici cablati in fibra FT-TH».

Avete iniziato anche la sperimentazione del 5G, tecnologia che sta suscitando preoccupazioni di sicurezza soprattutto per via del ruolo di Huawei.

«Il 5G è la nuova generazione della tecnologia mobile soprattutto per i nuovi servizi legati alla mobilità e all'Internet delle cose, per noi una grandissima opportunità di valorizzare il nostro investimento poiché tutte le antenne avranno bisogno di fibra. La sicurezza è un tema di attenzione come per tutte le reti di servizi di telecomunicazione».

Lei è una delle pochissime donne amministratore delegato di una grande azienda. Si sente una mosca bianca?

«Le quote rosa hanno aumentato la visibilità delle donne nei cda ma a livello manageriale non abbiamo fatto dei grandi passi avanti. Io credo che, aldilà dei luoghi comuni, ciò che conta sia il merito. Nel mio caso ha aiutato una forte determinazione e, come sempre nella vita, una buona dose di fortuna».

Ha avuto molte sliding doors nella sua carriera?

«Me ne sono capitate molte. La più importante, è stata, probabilmente, quando ho deciso di fare le valigie e trasferire tutta la famiglia in Argentina, dove sono stata alla guida di Telecom Argentina. Un'esperienza bellissima».

Farebbe le valigie anche adesso?

«Sono sempre pronta a fare le valigie, quando ho finito il lavoro che sto facendo. E qui siamo appena all'inizio».

«NON BISOGNA confondere lo strumento con il fine, che resta la necessità di accelerare l'innovazione del Paese». Né dimenticare l'obiettivo che sta a cuore a tutti, e cioè «non duplicare gli investimenti». La numero uno di Open Fiber, Elisabetta Ripa, non si sottrae al tema più caldo – e non da ieri – dell'universo tlc italiano: la tanto evocata, invocata e, da taluni osteggiata, rete unica per la fibra. Un'ipotesi rilanciata dal vicepremier, Luigi Di Maio, con la benedizione del titolare del Tesoro, azionista di Cassa depositi e prestiti, proprietaria fifty-fifty con Enel di Open Fiber.

Al netto del fatto che prima bisogna che gli azionisti di Tim si mettano d'accordo su una strategia, lei vede positivamente l'opzione di una rete unica per la fibra?

«Credo, ed è quello che stiamo facendo, che ci debba essere una rete

messa a disposizione in maniera paritetica a tutti i soggetti che ne fanno richiesta. Come questo possa essere realizzato fa parte della discussione in corso. Il Governo, nella definizione delle concessioni per la copertura nelle aree C e D, quelle cioè a fallimento di mercato, ha già individuato la strada: cioè quella di una rete unica in concessione. Su questa strada possiamo continuare a costruire anche per la copertura nelle rimanenti parti del Paese e cioè le cosiddette Aree Grigie. Ciò che è importante è sicuramente accelerare».

Non vede il rischio che in questo contesto vengano duplicati gli investimenti? Del resto, ci sono modelli europei nei quali le reti sono più di una...

«Si può cercare di non duplicare le reti attraverso delle soluzioni di coinvestimento. Non c'è nessun motivo per cui si debbano creare due reti sovrapposte sulla stessa città. Tra l'altro il rischio è più in prospettiva che di attualità, perché in questo momento una rete di accesso in fibra fino a casa del cliente la sta realizzando per lo più Open Fiber. Di fatto poi, nel 40% del territorio e cioè nelle aree in concessione, c'è già un modello di rete unica. Il nostro obiettivo è di costruire la nuova rete utilizzando tutte le infrastrutture di posa presenti sul territorio: possiamo riutilizzare i cavidotti di Telecom, i cavidotti di Retelit, la rete elettrica di Enel e, ad esempio, la rete elettrica di Acea su Roma. Questo è il nostro modello operativo: meno si scava, meno si creano disagi alla popolazione».

La collaborazione con Telecom potrebbe spingersi fino ad arrivare a un incrocio societario?

«Ci sono dei tavoli di lavoro che stanno ancora analizzando quali possono essere le possibili sinergie. Il fatto che le due aziende si stiano parlando è già un segnale. Ci sono tante forme per raggiungere lo stesso obiettivo, questo credo sia importante per tutti capirlo»

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Connessioni iperveloci entro il 2025 L'obiettivo fissato per l'Europa

Entro il 2025, il 100% di stazioni ferroviarie, aeroporti, aziende e principali pubbliche amministrazioni in Europa dovranno disporre di una connessione da 1 Gbps, velocità che necessita la fibra



«Internet è un diritto universale e permette a tutte le aziende di medie dimensioni di recuperare produttività. Sono orgogliosa della velocità con cui stiamo realizzando il piano che all'inizio era solo un bel progetto sulla carta»

ELISABETTA
RIPA

Ad Open Fiber

Una società di Enel e Cdp

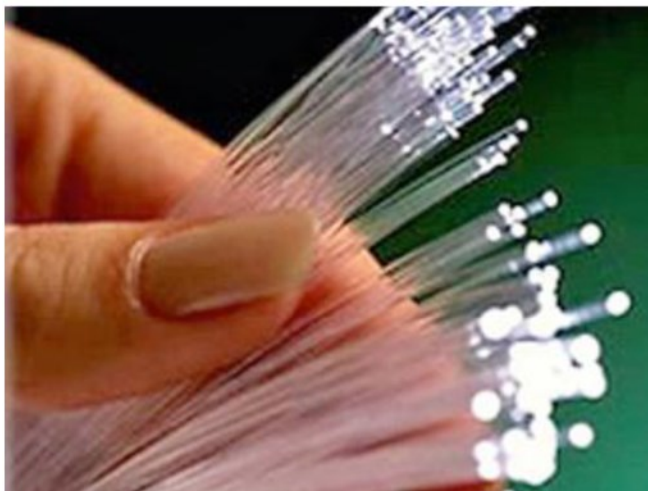
Open Fiber è la società con cui Enel insieme a Cdp opera nel mercato della fibra ottica italiano. Open Fiber offre la propria infrastruttura ai provider autorizzati

La tecnologia più efficace

Open Fiber sfrutta la tecnologia Fiber To The Home (FTTH), la più veloce perché composta da cavi in fibra in tutto il percorso, incluso il tratto che va dalla centralina all'abitazione

Servizi per le aree bianche

La società garantirà la rete di accesso in fibra ottica anche nelle aree bianche. L'intero progetto prevede il cablaggio di 7.635 comuni in tutte e 20 le regioni italiane



Record nella crescita dei cablaggi

L'Italia è il paese con il più alto tasso di crescita in Europa per unità immobiliari cablate. Dal settembre 2017 al settembre 2018, il numero di edifici cablati con infrastruttura in fibra ottica è salito da circa 4,4 milioni a circa 6,3 milioni (+43,1%, dato record)



Rete di ultima generazione

Open Fiber sta trainando lo sviluppo digitale dell'Italia grazie ad una rete di ultima generazione, in grado già oggi di raggiungere la velocità di 1 Gigabit al secondo e di accogliere tutte le successive evoluzioni della tecnologia



OPEN FIBER VA IN RETE

ELISABETTA RIPA



CANTIERI IN VENTI REGIONI

Gli operatori di Open Fiber stanno estendendo la rete in fibra ottica in 20 regioni italiane da diversi mesi. A destra Elisabetta Ripa, ad della società costituita da Enel e Cdp



