

Rassegna del 18/06/2018

Repubblica Affari&Finanza	24 I videogame perdono la maglia rosa della rapidità di innovazione - Streaming, social, cloud i videogame in ritardo nella gara dell'hi-tech	<i>D'Alessandro Jaime</i>	1
Repubblica Affari&Finanza	28 Meno carta, più WhatsApp e sms adesso in azienda ci si parla così	<i>Di Pace Massimiliano</i>	4
Corriere del Mezzogiorno Campania	7 Una Super App per la videosorveglianza tramite smartphone E' il sistema facile e veloce lanciato da Tim per Android e ios	...	6
Repubblica Affari&Finanza	27 Ecco gli smartphone serie Y, i nuovi device destinati ai giovani più o meno tecnologici	...	7
Repubblica Affari&Finanza	1 Deficit e contanti il conto non torna	<i>Bogo Fabio</i>	8
L'Economia del Corriere della Sera	13 L'assalto del fintech Così cambia lo sportello	<i>Righi Stefano</i>	9
Sole 24 Ore .professioni	8 «Gara» per la blockchain dei notai	<i>Aquaro Dario - Magnani Alberto</i>	11
Italia Oggi Sette	53 Rapporto flotte aziendali - Telematica a bordo: sei veicoli su dieci hanno dispositivi connessi	...	13
Italia Oggi Sette	4 Odr, decollo stentato: solo il 12% dei commercianti ha previsto link d'accesso - Odr, in Italia decollo stentato	<i>Tomasicchio Roxy</i>	14
Italia Oggi Sette	5 Di padre in figlio sì, ma 4.0	<i>Tomasicchio Roxy</i>	16
Repubblica Affari&Finanza	54 Rapporti sicurezza e privacy - Caccia alle industrie 4.0 meno della metà in Italia arriva alla sufficienza	<i>Frollà Andrea</i>	18
L'Economia del Corriere della Sera	55 Un premio al negozio 4.0	<i>Ba. Mill.</i>	20
Repubblica Affari&Finanza	22 Intervista a Gianpietro Corbari - Pam: "Iper con più qualità, super più piccoli poi via con lo shopping, l'estero e l'online"	<i>Carli Stefano</i>	21
Sole 24 Ore .professioni	8 Dati dei clienti, priorità alla cyber sicurezza	<i>Netti Enrico</i>	23
Giorno-Carlino-Nazione Economia&Lavoro	17 Intervista a Paola Ansuini - La Banca d'Italia sale in cattedra «Stop alle fake news sui social Incontri per illustrare come difendersi»	<i>Gozzi Alessia</i>	24
L'Economia del Corriere della Sera	22 Eresie digitali - Otto proposte per combattere i tecno catastrofismi	<i>Segantini Edoardo</i>	26
Sole 24 Ore	4 L'università scommette sui nuovi corsi online - Boom di corsi online: le università fiutano il business dei «Mooc»	<i>Bruno Eugenio</i>	27
Repubblica	12 Dai Meetup a Mr Wolf addio mito del web	<i>Pucciarelli Matteo - Vanni Massimo</i>	31
Giorno-Carlino-Nazione Economia&Lavoro	6 Eolo, la fabbrica del wi-fi superveloce Nuovi investimenti per 300 milioni «Colmeremo lo speed divide italiano»	<i>Catapano Giuseppe</i>	34
L'Economia del Corriere Fiorentino	6 Oracle trova a Empoli il rinascimento digitale - E Oracle trovò a Empoli il Rinascimento digitale	<i>Ognibene Silvia</i>	36
Gazzetta del Mezzogiorno	5 Commissioni parlamentari Rai, Cdp e Authority nel vivo il gioco delle nomine	<i>Scalise Chiara</i>	38

multi
media**I videogame
perdono
la maglia rosa
della rapidità
di innovazione****Jaime D'Alessandro**
a pagina 24

Streaming, social, cloud i videogame in ritardo nella gara dell'hi-tech

FINORA I GIOCHI, DESTINATI PER DEFINIZIONE A UN PUBBLICO GIOVANE ED ESIGENTE, DETTAVANO LA LINEA QUANTO A INNOVAZIONE, INVENTIVA, CREATIVITÀ. MA ORA LA LEADERSHIP PASSA AI NUOVI SERVIZI LEGATI IN MODI DIVERSI ALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Jaime D'Alessandro*Los Angeles*

Sotto il sole delle due di pomeriggio, davanti al Los Angeles Convention Center, pazientano in file ordinate per entrare all'Electronic Entertainment Expo 2018. La fiera più importante dedicata ai videogame, l'E3, è il secondo anno che apre al pubblico. Per esser ammessi bisogna avere più di 17 anni e sborsare almeno 150 dollari per il biglietto più economico. Sono in 16mila. Che si aggiungono agli addetti ai lavori: 60mila persone per ottanta multinazionali che operano in un mercato da 116 miliardi di dollari l'anno. Con i loro giochi raggiungono poco più di due miliardi e mezzo di giocatori, stando alla Entertainment Software Association (Esa). Il mondo dei videogame è diventato grande stando ai numeri, meno guardando il suo pubblico che ancora oggi sembra fatto di adolescenti e post adolescenti appassionati di Guerre Stellari. «Sono cresciuta con i giochi», racconta Shantel, ragazza di colore di trentadue anni che attende di entrare. «Una volta nella vita volevo vedere com'è fatto l'E3».

Vent'anni fa quest'industria somigliava a quel che oggi è la Silicon Valley, poi è divenuta sempre più grossa e lenta assumendo i modi e i tempi di Hollywood. L'innovazione ha traslocato altrove, fra intelligenza artificiale, rivoluzione dello streaming, social network, servizi cloud. «Stiamo impegnando ogni risorsa sul futuro di questo settore», racconta Phil Spencer dal palco del Microsoft Theater a Los Angeles. È a capo della divisione Xbox, gestisce le strategie legate al gaming della multinazionale di Redmond. «I nostri esperti stanno sviluppando la prossima generazione di intelligenza artificiale legata ai videogame. I personaggi digitali avranno un carattere molto più profondo e i mondi che abitano sa-

ranno ancora più immersivi. E i nostri ingegneri del cloud stanno lavorando sullo streaming per offrire la qualità delle console su ogni dispositivo», conclude lasciando intendere che la Microsoft sta già pensando alla prossima console. Singolare che una multinazionale del genere parli dell'avvenire dei videogame citando tecnologie che rappresentano il presente in altri settori nei quali è impegnata in prima persona. Se quindi i servizi streaming, assistenti virtuali, traduzioni simultanee e riconoscimento delle immagini attraverso l'intelligenza artificiale sono il presente e se le auto a guida autonoma sono il futuro, viene da chiedersi a quale epoca appartengono i videogame per console oggi.

Cambia l'utilizzo

«Per quel che ci riguarda, malgrado nel tempo le tecnologie cambino, il modo di usarle non è mutato», spiega Shinya Takahashi, a capo delle strategie di sviluppo di Nintendo. «Non cerchiamo l'innovazione, cerchiamo la semplicità d'uso e le tecnologie che la consentono. Adoperare la voce ad esempio come forma di interfaccia è interessante, ma richiede che il dispositivo sia costantemente collegato ai server nel cloud e questa non è una strada praticabile per una console come la nostra Switch». Poco dopo racconta come nel futuro della multinazionale di Super Mario potrebbe invece esserci la possibile acquisizione di uno studio cinematografico per estendere in maniera organica la forza dei suoi personaggi su piccole grandi schermi. Il mondo dell'intrattenimento si sta trasformando, basti pensare all'acquisizione di Time Warner da parte di



AT&T o alle attenzioni di Disney or Comcast per 21st Century Fox, e nel settore dei videogame quando si guarda in prospettiva si pensa a come sopravvivere in un mondo dove i contenuti sono concentrati in poche mani.

Industria consolidata

«È vero, un tempo erano l'avanguardia della tecnologia, oggi i videogame sono un'industria consolidata che fa intrattenimento. Ma in questo non ci vedo nulla di male», sottolinea Warren Spector, game designer newyorkese di 62 anni, laureatosi con una tesi sui film di animazione e divenuto in seguito creatore di giochi come Wing Commander, Ultima, Deus Ex, Epic Mickey. Ora è alle prese con un nuovo titolo nostalgico chiamato Underworld Ascendant pubblicato dall'editore italiano 505 Games. Spector, un decano, lo incontriamo nelle stanze riservate dalla 505 al Los Angeles Convention Center poco prima di intervistare Sam Lake, volto e mente creativa della finlandese Remedy Entertainment. «Scrivo sceneggiatore per videogame e sono coinvolto in questo business da 23 anni. Per me continua ad essere un campo pieno di stimoli», sostiene. Lake, classe 1970, è venuto a presentare il gioco fantascientifico Control che verrà pubblicato sempre da 505. Splendide ambientazioni piene di architettura brutaliste fin troppo raffinate per il pubblico dei giochi. «Nei videogame la conversazione fra tecnologia e creatività è continua», prosegue Lake. «È la tecnologia ad aprire lo spazio a forme diverse di narrazione. Il mondo di raccontare si è evoluto molto, non mi sembra un mondo statico né che è parte del passato». Le app, o meglio i videogame per mobile, da sole valgono 40 miliardi di dollari l'anno. La grande crescita del settore si deve a loro. Anche in Italia rappresentano già il 37 per cento degli incassi del software, pari a 385 milioni di euro, almeno secondo l'ultimo rapporto Aesvi, l'associazione di categoria. Valuta per il nostro Paese un giro di affari complessivo legato pari ad un miliardo e mezzo di euro. Peccato che app e giochi per console siano due universi distanti. La Epic di Fortnite, il tormentone del momento che ha superato Pokémon Go e Clash Royale, affonda le radici nei giochi

per pc di fine anni novanta. Ma è una delle poche della vecchia guardia ad aver compiuto, con successo, a riuscire a tenere i piedi nei due settori.

L'arrivo di YouTube

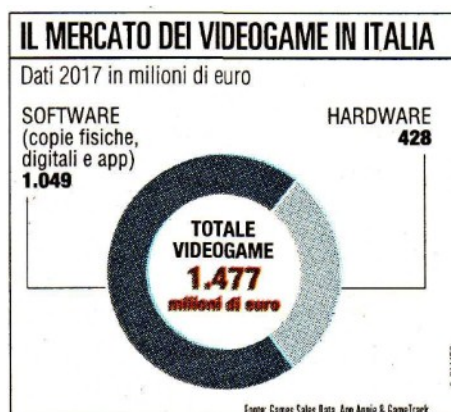
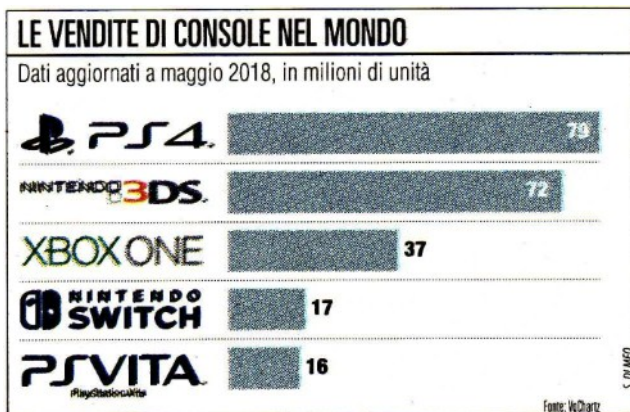
«YouTube e Twitch stanno ammazzando i giochi tradizionali», commenta amaro un dipendente di un grosso editore durante una breve pausa fuori dalla fiera. «Quelli che spendono 60 euro per un videogame nuovo sono sempre meno. Si limitano a guardarlo giocare da altri». Bisogna poi aggiungere i costi di produzione elevati che le aziende devono sostenere, decine di milioni di euro a titolo se non centinaia, e i due o tre anni di tempo necessari a confezionare un blockbuster da console. Intanto il tempo del pubblico viene conteso da app dal successo fulminante, social network, altre forme di intrattenimento. E l'aver abbandonato il ruolo di innovatori non aiuta. «Ho qualche dubbio sull'uso delle

reti neurali nei videogame», racconta Pere Hines, vice presidente di Bethesda, editore e sviluppatore americano dietro a successi planetari come Skyrim e Fallout. «Applicare le Ai di oggi ad un gioco non è facile: produrre videogame è un'operazione molto complessa. Mi sembra invece inevitabile l'andare verso lo streaming. A quel punto potremmo anche non aver più bisogno che i giocatori abbiano una console a casa».

Le reti neurali

Ci si abbonerà ad un servizio e pagando una certa cifra al mese si potrà accedere ad un catalogo di giochi. Ma saranno escluse le ultimissime novità. Suona familiare come modello perché è un percorso che altri hanno già calpestato, dal cinema alla tv. Questo significa che esistono modelli di business e prezzi consolidati. Sarà difficile quindi chiedere più dei classici 9,99 euro al mese e sarà impossibile continuare a pretendere 60 euro per un titolo nuovo a meno che non sia una stella di prima grandezza. Ma è forse inevitabile. Quando si smette di immaginare il proprio futuro, qualcun altro inevitabilmente lo immagina per te imponendo la propria agenda e le proprie logiche.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



116

MILIARDI DI DOLLARI

La stima del valore di mercato dei videogame nel mondo nel 2017 secondo il Global Games Market Report di Newzoo, presentato pochi giorni fa in occasione dell'Electronic Entertainment Expo (E3) 2018 di Los Angeles, la fiera di riferimento per quel che riguarda le console

(L'EVENTO)

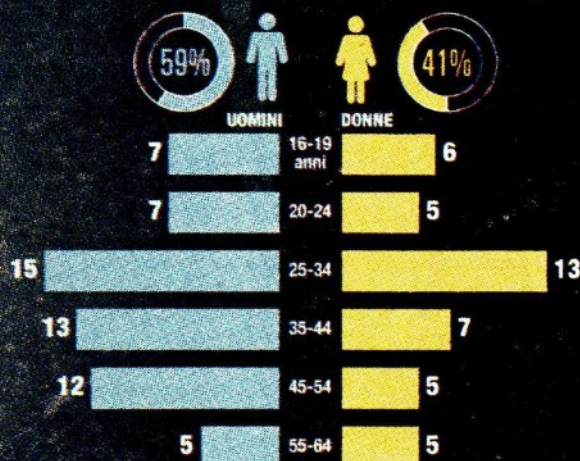
Il torneo di Fortnite mette in ombra l'E3 è il trionfo del genere "Battle royale"

Hanno riempito lo stadio di Los Angeles con un evento chiamato Pro Am. Mentre al Convention Center andava in scena l'E3, ad un paio di chilometri a sud, la Epic ha organizzato un torneo di Fortnite, installato su console e smartphone di 125 milioni di persone. La maggior parte delle quali ragazzini. Per l'evento hanno invitato celebrità di YouTube, dello sport, della musica, che hanno partecipato in coppia con i giocatori più forti. Alla fine hanno prevalso Tayler Blevis, noto online come Ninja, e il dj Marshmello. Il premio, tre milioni di dollari, lo hanno poi devoluto in beneficenza. Il genere "Battle royale", al quale Fornite appartiene, è il fenomeno del momento e sta rompendo i record detenuti in precedenza dai vari Pokémon Go e Clash Royale. Per quanto la Epic sia una software house nata su pc negli anni Novanta e legata al "vecchio" mondo dei giochi elettronici, è riuscita a fare un salto nelle app mantenendo però il legame con console e pc. Operazione miracolosa nata scopiando un altro gioco, PlayerUnknown's Battlegrounds, che però non ha saputo gestire la sua iniziale popolarità ed è già in forte calo. (j.d'a.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CHI GIOCA IN ITALIA

Dati riguardanti chiunque abbia giocato con videogiochi su qualsiasi dispositivo e/o formato negli ultimi 12 mesi, in % per età



Il 57% della popolazione di età compresa tra 16 e 64 anni corrispondea circa 17 milioni di persone

A sinistra e sopra, immagini da Control Remedy Entertainment della **505 Games**, in uscita per Xbox One, Pc e Ps4 nel 2019. In basso nell'altra pagina, Fallout 76 di **Bethesda**, che esce il 14 novembre prossimo



Sam Lake, direttore creativo della Remedy Entertainment (1); **Shinya Takahashi**, a capo del reparto sviluppo di Nintendo (2); **Pere Hines**, vice presidente di Bethesda (3). A destra, **Super Mario**



Meno carta, più WhatsApp e sms adesso in azienda ci si parla così

I MESSAGGI CARTACEI SONO DIMINUITI MA NON SCOMPARSI PERÒ SI USANO SEMPRE DI PIÙ EMAIL, WHATS APP ED SMS. I SOCIAL MEDIA VENGONO UTILIZZATI CON FREQUENZA CRESCENTE, MA OCCORRE FARE ATTENZIONE A NON VIOLARE INAVVERTITAMENTE LE POLICY AZIENDALI

Massimiliano Di Pace

Roma

Licenziamenti via whatsapp o sms, o perché si è parlato male del datore di lavoro su Facebook. Notizie di cronaca solo in parte sorprendenti, visto che la comunicazione all'interno delle aziende si è evoluta di pari passo con quella personale.

«Non poteva essere altrimenti - ammette Elisa Gallo, Human Capital Director di Deloitte Italia - visto che anche in azienda la comunicazione è diventata più concisa, abbattendosi al tempo stesso il confine tra messaggi ufficiali e informali. Il punto è però che spesso è stata la tecnologia a trainare i modelli di comunicazione, e non una precisa policy aziendale».

Ma sono ormai solo digitali i messaggi fra i dipendenti di un'azienda? «Le comunicazioni cartacee sono ancora fondamentali per alcuni aspetti della vita aziendale - chiosa Pasquale Staropoli, direttore della Scuola della Fondazione Studi Consulenti del lavoro - visto che la legge pone come condizione per la validità di alcuni atti, come le assunzioni, i licenziamenti, i procedimenti disciplinari, la forma scritta e la prova della ricezione».

È d'accordo Isabella Covili Faggioli, presidente di Aidp, l'Associazione Italiana Direzione Personale, che aggiunge: «La consegna di una raccomandata a mano, da far controfirmare al lavoratore, va considerata l'unica prassi professionale, anche perché in questo modo si ha la possibilità di spiegare al lavoratore le ragioni della decisione aziendale».

Ma come si giustificano allora le recenti sentenze, come quella dei tribunali di Catania del 27 giugno 2017 e di

Firenze del 5 luglio 2016, che hanno riconosciuto la validità del licenziamento, rispettivamente, via whatsapp e via sms? «I giudici di quelle sentenze - spiega Staropoli - hanno sottolineato che erano gli stessi lavoratori licenziati, con il loro ricorso, ad ammettere di aver letto la comunicazione scritta del licenziamento, ancorché su uno strumento digitale, per cui si era ottenuto in questo modo il requisito della prova di ricezione della notizia di cessazione del rapporto di lavoro. Se invece i lavoratori licenziati avessero fatto finta di nulla, i datori di lavoro si sarebbero trovati in difficoltà nell'impedire la continuazione dell'attività dei lavoratori dimessi, in quanto sms e whatsapp non consentono di avere la prova della ricezione del messaggio».

Al di là dei casi in cui la carta continua a contare, la comunicazione digitale è ormai entrata nella vita delle aziende, anche se con modalità differenti a seconda della dimensione dell'impresa: «Se da una parte tutte le grandi aziende sono ormai dotate di una policy di comunicazione interna codificata, per cui si valorizzano email, sistemi di messaggistica come whatsapp, intranet e social networks - ricorda Covili Faggioli - dall'altra, nelle Pmi esiste ancora la comunicazione verbale diretta tra proprietà e dipendenti, a volte bypassando la scala gerarchica».

Uno dei mezzi di comunicazione più controversi è il social network "chiusi", che all'interno delle aziende può avere molte finalità, come sottolinea Gallo: «L'utilizzo di portali aziendali, realizzati con piattaforme come Slack e Workplace, ha consentito di veicolare con un solo canale attività di comunicazione, formazione, condivisione di documenti, e data analytics, ossia analisi delle informazioni, creando una sorta di mondo virtuale, che produce effetti positivi non solo sul piano dell'efficienza, ma anche su quello dell'engagement di management e dipendenti».

Che i social possano creare un valore aggiunto per le aziende lo conferma Covili Faggioli, che però mette in guardia sui possibili svantaggi: «Se da una

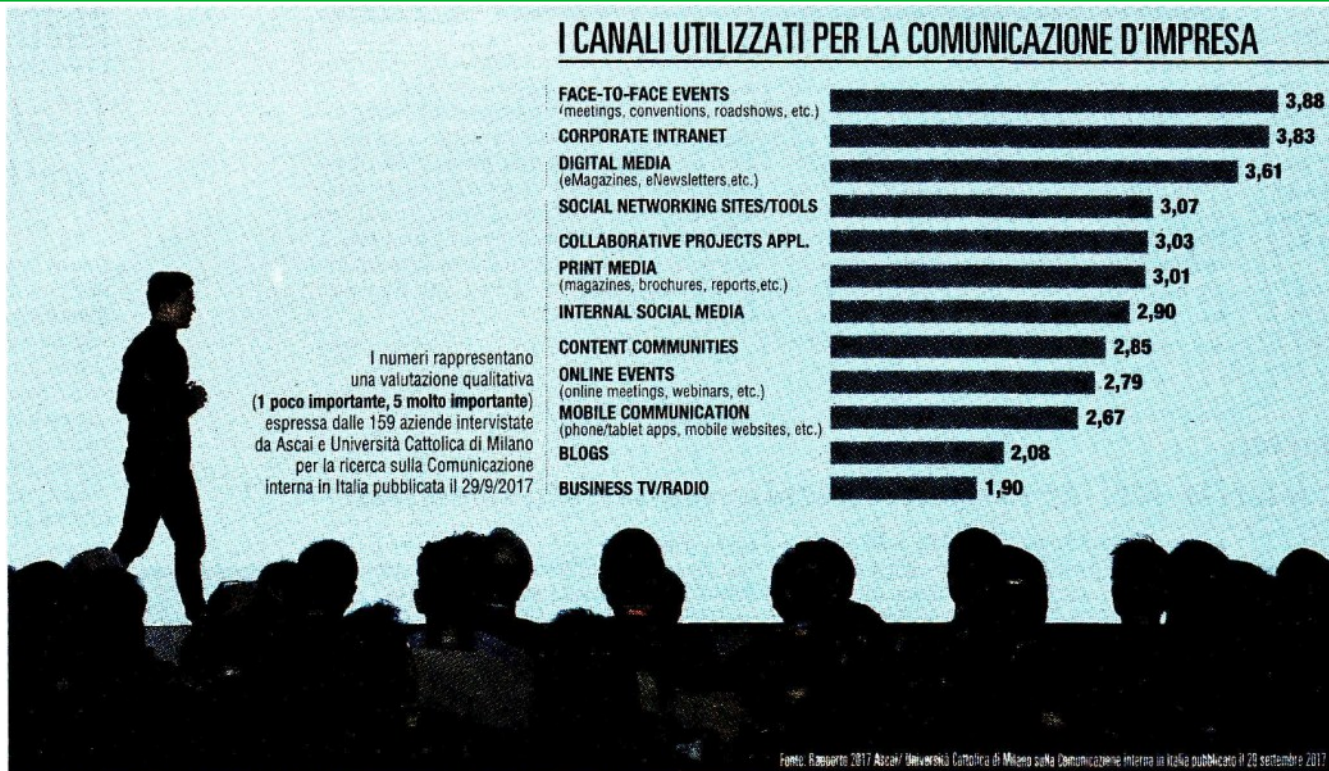
parte l'utilizzo di Facebook può essere utile anche per creare una *community* tra il personale che deve scambiarsi informazioni, com'è il caso dei tecnici, dall'altra lo sdoganamento dei social in ambito aziendale deve essere realizzato con attenzione, soprattutto nelle piccole imprese, dove possono mancare un'organizzazione e una policy adeguate. In effetti, se è ormai acquisito il principio che i lavoratori possano accedere al proprio profilo nei social anche dal posto di lavoro, al tempo stesso il dipendente deve fare attenzione a non danneggiare la propria azienda con affermazioni lesive della reputazione, o peggio, della riservatezza, diffondendo notizie. Da parte sua l'azienda non può utilizzare i social per un monitoraggio dell'attività dei dipendenti, essendo vietato dall'art. 4 dello statuto dei lavoratori, che impedisce il controllo a distanza, dovendo invece valutare i dipendenti sui risultati del lavoro».

Che i social o i media non possano essere utilizzati per veicolare lamentele per problemi aziendali, lo ribadisce Staropoli: «Il principio è che se un lavoratore ha una lamentela da presentare, ha il dovere di usare i canali interni per segnalarla, non essendo invece possibile comunicarla ai media, come pare aver fatto una dipendente di Atac, che sembra non aver attivato una procedura interna di segnalazione di problematiche di manutenzione dei bus, circostanza che ha determinato un sanzionamento».

Ma esiste una corretta impostazione della comunicazione interna aziendale? «Per impostare una policy adeguata alle esigenze aziendali - precisa Gallo - occorre rispondere a due domande: 'Cosa voglio comunicare' e 'Come voglio comunicare'. A entrambe le domande si risponde considerando, nel primo caso, il grado di dettaglio e di condivisione delle informazioni desiderato, e nel secondo caso fattori come la velocità della trasmissione dei messaggi e lo stile da mantenere, prestando attenzione che questo non dia luogo a un eccesso di informalità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





70,7
PER CENTO

Coloro che guidano dentro le imprese italiane i team dedicati alla comunicazione interna sono per oltre due terzi di genere femminile. Si tratta dunque di una delle figure professionali aziendali più femminilizzate.



1



2



3

Elisa Gallo (1), human capital director di Deloitte Italia; **Isabella Covilli Faggioli** (2), pres. Aidp; e **Pasquale Staropoli** (3), dir. Scuola Fondazione cons. lavoro

Una Super App per la videosorveglianza tramite smartphone È il sistema facile e veloce lanciato da Tim per Android e ios

Tim entra nel mondo della domotica di prepotenza con una applicazione per Android ed iOS ed un sistema completo di video sorveglianza. Inoltre lancia una super app denominata loTim che permette di comandare tutti i dispositivi della domotica in modo facile e veloce. La super applicazione di Tim, loTim, permette infatti di comandare da smartphone e tablet Android ed iOS ed utilizzabile anche da web browser andando a regolare e personalizzare telecamere wifi, termostati, bilance intelligenti e molti altri dispositivi smart. Sono compatibili tantissimi dispositivi ma in più Tim ha lanciato anche Tim Security, un sistema di sicurezza ed antifurto completo per casa. Consente di collegare telecamere wifi, sensori di movimento, sirene e segnali di apertura e chiusura porte da comandare con voce e non solo.



[HUAWEI]

Ecco gli smartphone serie Y, i nuovi device destinati ai giovani più o meno tecnologici

Huawei, propone la nuova Serie Y 2018, tre modelli di smartphone Y5, Y6, Y7 progettati ad hoc per le esigenze dei giovani consumatori desiderosi di utilizzare un dispositivo completo, all'avanguardia ed economicamente alla loro portata.

Y5: Il primo smartphone non si scorda mai. Disponibile nei colori blu e nero. Pensato per accompagnare i ragazzi nel mondo della tecnologia e soddisfare anche i meno tecnologici. Uno smarphone completo e dall'utilizzo poco complesso, adatto per le prime esperienze connessi.

Y6: Il gioco a portata di smartphone. Nelle varianti colore Nero, Blu e Oro, è stato progettato per gli amanti del divertimento e dell'intrattenimento. Gli utenti, infatti, potranno giocare mettendo alla prova le proprie capacità e condividendo le loro performance con amici e conoscenti su tutte le piattaforme social.

Y7. Disponibile In Nero e Blu, è progettato per tutti coloro che amano il mondo della fotografia e consentirà loro di sentirsi veri e propri professionisti. Grazie ad una vasta gamma di effetti pensati apposta per la fotocamera e applicazioni dedicate, gli utenti potranno scattare fotografie e selfie ad alta risoluzione e condividerle Istantaneamente online o sui social.

Y7 sarà disponibile come esclusiva TIM nella sola variante single nano sim.

I tre smartphone hanno display da 5.7" HD+; con un design 18:9 e batteria da 3000 mAh. La Nuova Serie Y inserirà Game Suite, eccetto per Y5: un modo intelligente per bilanciare le performance di gioco e il dispendio di batteria legato ad esse. Gli smartphone (tranne l'Y5) sono dotati di Android 8.0 e la possibilità di accogliere simultaneamente 2 nano sim e 1 micro SD all'interno di un solo device.

I device della nuova Serie Y 2018 sono già disponibili. I prezzi consigliati al pubblico sono: Y5: 119,9 euro; Y6: 149,9 euro e Y7 a 199,9 euro. (M.d.A.)

© R. YICOUZON. RISERVATA



DEFICIT E CONTANTI IL CONTO NON TORNA

Fabio Bogo

Nel clima di campagna elettorale permanente che continua a caratterizzare le prime mosse del nuovo governo si è inserita, fuori dal coro, la voce del ministro dell'Economia Giovanni Tria, che in un'intervista al Corriere della Sera la scorsa settimana ha spiegato che l'Italia non intende abbandonare l'euro e che proseguirà il percorso di riduzione del rapporto tra debito e Pil. Cattive notizie per chi ha magnificato una politica fatta di misure che di fatto allargavano il deficit, come il reddito di cittadinanza. Come rimediare alla possibile perdita di consenso? Vanno cercati altri *supporter*. In anticipo si era già mosso il vicepremier e ministro del Lavoro e Sviluppo economico Luigi di Maio, che davanti ai commercianti riuniti nell'assemblea Confcommercio li aveva blanditi promettendo l'abolizione dei controlli preventivi e l'invariabilità dell'Iva, ed esprimendo assoluta fiducia sull'onestà della categoria. Matteo Salvini, l'altro vicepremier ha bilanciato il successo mediatico del collega grazie all'assemblea della Confesercenti, l'altra organizzazione di categoria. Che ha irretito con un altro argomento caldo: i pagamenti in contanti. «Per me - ha detto - non dovrebbe esserci nessun limite alla spesa per denaro contante: ognuno è libero di pagare come vuole e quanto

vuole». Le opinioni sono libere, ma alcune pesano più di altre. E così sentir declamare una liberatoria sull'uso del contante da parte del ministro dell'Interno fa una certa impressione. Perché è noto e documentato che l'uso del contante al posto delle carte di credito favorisce le operazioni di riciclaggio della criminalità organizzata, che ovviamente evita movimenti di denaro che possano essere tracciabili. E inoltre, come ha rilevato il presidente dell'Anac Raffaele Cantone, incoraggia i pagamenti in nero, mare in cui nuotano lavoro sommerso e corruzione. La marcia indietro auspicata da Salvini va in controtendenza con il resto d'Europa. In Italia i pagamenti digitali rappresentano infatti appena il 20% della spesa totale delle famiglie, contro una media Ue del 40% e un picco dell'85 dei paesi del Nord Europa. Il contante, poi, ha un costo. Bankitalia e Ambrosetti hanno rilevato che negli ultimi 10 anni, in Italia il denaro cash in circolazione è passato da 127,9 a 197,7 miliardi di euro, senza contare i circa 150 i miliardi di euro chiusi nelle cassette di sicurezza, come stimato dal procuratore capo di Milano Francesco Greco lo scorso anno. La gestione di questo sistema costa al Paese circa 10 miliardi di euro l'anno. Allinearsi alla media europea garantirebbe all'Italia di liberare risorse per 1 miliardo e mezzo l'anno. Che sarebbero tanto utili per ridurre il deficit. Chissà se lo sa il ministro dell'Interno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'ASSALTO DEL FINTECH COSÌ CAMBIA LO SPORTELLO

I lavori di Traverso (Fbk) e Niroumand (Finleap) per l'Osservatorio Banca Impresa 2030

Gervasoni: «La tecnologia è diventata un fattore competitivo centrale per il business»

**Traverso:
l'intelligenza
artificiale
è la base
per soluzioni di
finanza digitale**

di **Stefano Righi**

L'impatto delle tecnologie informatiche, dell'analisi dei dati e di tutto quanto viene compreso dalla definizione di Big data, ha una rilevanza crescente nella vita di tutti i giorni e permette soluzioni e comportamenti impensabili solo pochi anni fa. Si va dal *car sharing* alle *app* che consentono il pagamento del carburante o della sosta, fino ai pagamenti in mobilità e con accredito in tempo reale.

La pervasività della diffusione delle tecnologie informatiche e la loro crescente declinazione nel mondo degli affari e delle banche in particolare sono state la centro del lavoro dell'Osservatorio Banca Impresa 2030, nato un anno fa dalla collaborazione della Liuc-Università Cattaneo con *L'Economia del Corriere della Sera*. La settimana scorsa, negli spazi della Fondazione Corriere della Sera, a Milano, con la collaborazione della Fondazione comunitaria del Varesotto, dell'Aifi e di Kpmg sono stati presentati i primi due lavori dedicati al mondo del credito: *Is fintech additional or transformational?*

Dai dati alle app

Paolo Traverso della Fondazione Bruno Kessler (400 ricercatori, 7 centri di ricerca), che da anni collabora con l'americana Boeing, ha posto l'accento sulla cyber-sicurezza, le block chain, le analisi dei dati e le esperienze di *cloud*, *edge* e *fog computing*. Combinazioni di dati che possono portare, unitamente alla carta di identità elettronica, alla determinazione del prezzo di un immobile adibito ad abitazione, cui si giunge incrociando i dati catastali, con i servizi di quartiere, le valutazioni di prossimità e lo stato dei locali. «Il fintech - ha sottolineato Traverso - ha la possibilità di migliorare, rendere più sicure e più efficienti le attività finanziarie. L'Intelligenza Artificiale può costituire la tecnologia di base per importanti applicazioni di finanza digitale, rendendo

le soluzioni di fintech al sicuro dagli attacchi *cyber*, fornendo metodologie e strumenti per la valutazione del rischio, aiutando a comprendere e prevenire l'evoluzione di fenomeni finanziari. Le attività della Fondazione Bruno Kessler fanno parte di un piano industriale rivolto a portare le tecnologie di Intelligenza Artificiale applicate alla fintech sul mercato. Questo, tramite la costituzione di laboratori congiunti con aziende e *stakeholder* che coprono tutta la filiera dalla ricerca, all'innovazione, al mercato».

Il fattore tempo

La seconda relazione è stata curata da Ramin Niroumand, iraniano di origine, basato a Berlino e cofondatore di Finleap. Niroumand ha presentato il modello di business di Finleap, che tra i propri partner ha Vodafone, Goldman Sachs, Deutsche Bank, Bbva, evidenziando come in questo momento le aziende devono essere in grado di sostenere un doppio passo di marcia: avere l'andatura regolare del maratoneta, ma conservando le energie dello sprinter. Soprattutto, ha detto Niroumand, serve il coraggio per osare: Finleap ha mosso investimenti per 130 milioni negli ultimi tre anni. I territori da esplorare sono vasti e aspettare troppo a lungo, come si è fatto in Germania, fa solo perdere occasioni.

L'Osservatorio Banca Impresa 2030, il cui Comitato scientifico è composto da banchieri in rappresentanza di tutte le più importanti banche italiane, raccoglierà il senso di questa prima esperienza in un volume in uscita dopo l'estate. «La tecnologia - ha detto Anna Gervasoni, componente tra gli altri con Anna Maria Tarantola (già vicedirettore generale di Banca d'Italia), Giovanni Gorno Tempini (presidente di Fondazione Fiera Milano) e Daniele Manca (vicedirettore del *Corriere della Sera*) dello steering committee dell'Osservatorio - è diventata un fattore competitivo centrale della strategia delle banche. La complessità e la continua evoluzione della tematica impone la necessità di guardare a modelli internazionali di successo, ma offre anche l'opportunità di pensare a quali prodotti e servizi offrire alla propria clientela nel quadro di un ravvicinamento tra domanda e offerta in finanza e servizi finanziari». Ai lavori hanno inoltre partecipato il presidente della Fondazione Corriere della Sera, Piergaetano Marchetti, il vicedirettore generale della Banca d'Italia, Salvatore Rossi, il rettore della Liuc Federico Visconti, il presidente di Assolombarda, Carlo Bonomi e il senior partner e presidente del network Kpmg in Italia, Domenico Fumagalli.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



400

RICERCATORI

In sette diversi centri
per la Fondazione
Bruno Kessler

500

I DIPENDENTI

Di Finleap, società
basata a Berlino con una
filiale a Milano



**Trento-
Berlino**

Paolo Traverso,
direttore della
Fondazione
Bruno Kessler
e Ramin
Niroumand
co-fondatore
di Finleap



Tecnologie. I professionisti lanciano un hackaton per approfondire gli aspetti giuridici e informatici della Notarchain. In partenza anche un'attività di test: dalla tutela della proprietà intellettuale fino ai servizi «accessori» all'atto pubblico

«Gara» per la blockchain dei notai

**Dario Aquaro
Alberto Magnani**

La «catena dei blocchi» dei notai italiani prende forma concreta e fa leva su un concorso di idee per svilupparne gli ambiti applicativi. Entro la fine di settembre si terrà un hackaton di due giorni per approfondire con alcuni top player tecnologici le caratteristiche giuridiche e informatiche della Notarchain e delineare la piattaforma che potrà effettivamente supportarla.

E durante l'estate partirà un'attività di test sugli utilizzi concreti, così da presentare in autunno un primo esame di fattibilità. La scadenza non è casuale: al Congresso nazionale dell'ottobre scorso, quando è stato annunciato il progetto di una blockchain del Notariato, i professionisti si erano impegnati a tradurre in pratica la sperimentazione entro un anno.

«La particolarità del nostro ruolo richiede una profonda riflessione sui requisiti minimi di carattere tecnologico che consentano a un tale sistema di registri condivisi di essere compatibile con l'attività notarile», racconta Giampaolo Marozz, consigliere nazionale del Notariato. Partendo da un punto fermo: «La struttura non può essere "permissionless", aperta a chiunque voglia farsi "miner", ma i nodi devono essere riservati solo a soggetti qualificati». Altro problema: mettere in piedi una blockchain che sia condivisa ma anche indipendente dal partner tecnologico, superando lo scoglio della proprietà dei server.

A ogni modo, precisa Marozz, «gli atti pubblici non possono essere trasferiti su blockchain. Il sistema italiano dei pubblici registri è già all'avanguardia e si basa, come in tutti i Paesi di civil law, sulla garanzia dello Stato per la loro tenuta e sull'inserimento di documenti certificati». Lo sbarco su blockchain, insomma, ha senso se è migliorativo. «Se dopo una transazione nell'atto viene risolto – spiega il notaio – nei pubblici registri si può dare indicazione della modifica, mentre il meccanismo di smart contract non consente di correggere i dati immessi».

Le possibili frontiere

Quali strade si aprono allora per la Notarchain? Lo spunto iniziale, offer-

to dal cliente di un notaio che aveva esigenza di tutelare la proprietà dei suoi disegni di alta moda, può trovare declinazione nell'intera filiera del lusso come nell'alimentare, nel commercio di opere d'arte, nel deposito dei codici sorgente o nell'ambito dell'identità digitale. Con la blockchain si possono anche fornire utilità «accessorie» all'atto pubblico, a proposito di imposte sulla casa, bollette, tasse sui rifiuti, spese dell'immobile: passaggi che coinvolgono soggetti diversi che possono inserirsi nella «catena».

«Per fare un esempio, nel caso di una compravendita immobiliare, il sistema potrebbe consentire al notaio di caricare la voltura nella blockchain a cui partecipano anche i partner di fornitura elettrica. Un sistema particolarmente efficiente, che non tocca l'atto in sé ma offre un ausilio al cittadino. Circa le spese condominiali – osserva invece Marozz – il tema è più delicato. Stiamo lavorando anche a quello, ma per il condominio non c'è un'associazione unica: servirebbe che tutti gli amministratori si associassero e caricassero i dati».

La sfida degli «smart contract»

C'è chi pensa che la blockchain rappresenti una sorta di incubo per la categoria dei notai. Perché consente di autovalidare e autocontrollare i documenti e si sovrappone a una delle funzioni decisive della professione, sostituendola con gli smart contract: contratti che si eseguono da soli, in automatico e senza il bisogno di una garanzia esterna. Lo stesso modello di business che ha dato vita al successo globale di Ether, la piattaforma nota anche per la criptovaluta Ethereum.

I database distribuiti permettono di creare un registro accessibile a tutti, ovunque, certificando le transazioni fra pari. Spetta poi alla Rete stabilire che l'asset sia veramente di proprietà di chi lo invia, secondo la stessa logica che regola gli scambi miliardari nel circuito delle criptovalute. Ma anche gli esperti del settore non intravedono scenari catastrofici: la contrattualistica smart potenzia ma non può sostituirsi alla figura del notaio.

Un concetto già sentito quando si parla di automazione, se non fosse che qui il margine di «ricomposizione» dei ruoli è abbassato dalla specificità

di diverse funzioni notarili. «L'apporto umano continuerà ad essere fondamentale, malgrado un certo tasso di automazione», commenta Valeria Portale, direttore dell'osservatorio blockchain del Politecnico di Milano. «Il ruolo del notaio potrebbe trasformarsi, ma la sua esperienza e competenza restano fondamentali per i clienti, nelle dispute o nella verifica contrattuale». Anche la tecnologia ha dei limiti naturali. E come gli assistenti virtuali installati sui nostri dispositivi non sono capaci di cogliere le sfumature del linguaggio, così la «catena dei blocchi» è inadatta a gestire la più umana delle variabili: gli errori. «Se un dato inesatto viene inserito nel sistema – sottolinea Portale – non c'è modo di tornare sui propri passi, a causa dell'immutabilità del registro».

Oltre alle considerazioni sulla qualità del lavoro, i timori sull'avvento della blockchain negli studi si ridimensionano per una ragione quantitativa. I dati dello stesso Politecnico parlano di poco più di 330 progetti censiti su scala globale, nel 59% dei casi all'interno dei servizi finanziari.

Il potenziale dei database suscita dunque interesse, ma anche parecchi scetticismi. In parte fondati (il fenomeno è in crescita e ha conseguenze imprevedibili), in parte figli di una visione ancora primordiale dei contratti smart. «Ci potranno essere dei cambiamenti, ma siamo agli inizi di qualcosa che non conosciamo del tutto», sostiene Alessandro Fossato, amministratore delegato e fondatore dell'azienda di trasformazione digitale Interlogica, secondo cui «la categoria dei notai gode già di un tasso di informatizzazione molto elevato» e non ha da temere impatti rilevanti sul modo di lavorare. «Ci sono parecchie funzioni primarie della professione che non possono essere sostituite. Ad esempio, come fa un software a capire se una persona è capace di intendere e di volere?». Certo, ammette Fossato, «col tempo si arriverà a un livello di informatizzazione tale da creare qualche interferenza. Ma siamo ancora agli albori». E più che giocare in difesa, i notai italiani sono già proiettati ad «attaccare» il fenomeno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IDENTITÀ DIGITALE

Professioni certificate

Il progetto più recente riguarda l'identità digitale. Notartel, la società informatica del Notariato, il 22 maggio scorso ha presentato al «Forum Pa» un prototipo di Albo unico delle professioni. Si tratta di un sistema distribuito, sotto la gestione dei singoli Ordini, che usa la blockchain per consentire la condivisione di informazioni qualificate, come il ruolo dell'iscritto a uno specifico Albo professionale.

Un tassello che manca alla Spid e che sarebbe utile per associare all'identità digitale del singolo anche l'aggiornamento continuo della sua qualifica professionale. Il progetto ha già raccolto la disponibilità informale di commercialisti e avvocati.

Come funzionerà la Notarchain

Il percorso della «catena dei blocchi» notarile

LA TRANSAZIONE

Due o più parti contrattuali si scambiano digitalmente dati, informazioni, diritti (come certificazioni di opere d'arte, disegni industriali, beni mobili, dati personali), previo controllo da parte del notaio sull'identità dei soggetti coinvolti e sulla loro legittimazione alla transazione



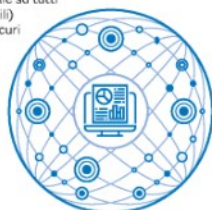
LA VERIFICA

La transazione viene verificata tramite i nodi del network di cui almeno uno tenuto dal Notariato, che ne valuta la completezza e decide se l'informazione è registrabile sulla base di parametri predeterminati



IL REGISTRO

La rete di dispositivi interconnessi forma un registro condiviso (ledger), che è replicato in tempo reale su tutti i nodi (notarili) della rete, sicuri e certificati



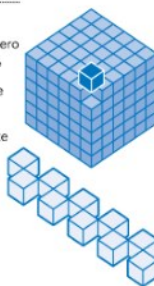
I RECORD

Ogni record informativo del ledger memorizzato su un nodo è composto da transazioni (con informazioni e dati in formato prestabilito) e blocchi (che dettagliano il flusso di operazioni)



I BLOCCHI

Ogni blocco è identificato da un codice hash (un numero composto da 256 bit, generato da un algoritmo) e contiene l'intestazione, il riferimento all'hash del blocco precedente e un gruppo di transazioni



LA VALIDAZIONE

I blocchi devono essere validati per poter essere aggregati alla catena. La validazione è fatta dai miner ("minatori") tramite complessi algoritmi matematici, per giungere alla certezza dell'immodificabilità dei dati inseriti



LA CATENA

Ogni blocco validato (con "marca temporale", timestamp) è aggregato agli altri in una catena lineare, cronologicamente ordinata e aggiornata. La sequenza degli hash crea una catena sicura e interdipendente, controllata solo dai notai



LA SICUREZZA

La struttura della blockchain dei notai (Notarchain) può avere un accesso decentralizzato: se un hacker cerca di violare un accesso o aggiungere uno certificato rifiuta l'hash irregolare. Il Notariato conserva la documentazione digitale che ha generato l'hash secondo le più stringenti norme in tema di conservazione



Giampaolo

Marcoz

Consigliere nazionale del Notariato con delega alla comunicazione e all'informatica

RAPPORTO FLOTTE AZIENDALI

Telematica a bordo: sei veicoli su dieci hanno dispositivi connessi

La telematica triplica a bordo delle auto aziendali: oltre il 60% dei veicoli (con un balzo dal 18% nell'ultimo anno) utilizza dispositivi connessi nelle flotte di medie e piccole dimensioni e il 57% sta valutando di ampliare la propria dotazione di intelligence. Verifica della manutenzione, gestione dei crash e dei furti sono le informazioni che i fleet manager chiedono oggi ai dispositivi; per il futuro si dichiarano interessati anche alle funzioni al monitoraggio dello stile di guida del driver e alle segnalazioni degli alert diagnostici. E la privacy? Il problema oggi è quasi del tutto superato. Oltre l'81% dei driver individua vantaggi nell'uso delle black box o non si mostra contrario.

Queste indicazioni emergono dalla specifica indagine promossa dall'Osservatorio Top Thousand, che mette assieme fleet e mobility manager di grandi aziende, realizzata insieme con Sumo Publishing. La ricerca è giunta alla seconda edizione. All'esordio, lo scorso anno, aveva preso in esame le grandi flotte; stavolta il focus riguarda i parchi auto di medio-piccole dimensioni (da 10 veicoli a poche centinaia). Il campione oggetto dello studio è stato di oltre 24.000 veicoli, l'88% dei quali gestiti con la formula del noleggio a lungo termine.

Come accennato, è più che triplicata, rispetto alla prima edizione della survey, la quota di veicoli (dal 18% del 2017 al 62% di quest'anno) dotati di dispositivi telematici o black box, grazie alle quali ottenere, analizzare e gestire informazioni. In alcune flotte la dotazione riguarda la totalità dei veicoli.

«I ritmi con i quali avanzano le dotazioni tecnologiche sono talmente rapidi che spesso la domanda non riesce a cogliere appieno le opportunità disponibili», commenta il presidente dell'Osservatorio, **Gianfranco Martorelli**. Fondamentale, al fine di sfruttare bene le risorse, è allora la cultura sia dei driver sia dei gestori

delle flotte nelle aziende. Una prima differenza rilevata nei diversi comparti analizzati dalle due edizioni della ricerca, è nella scelta delle dotazioni tecnologiche: più attiva e consapevole nelle grandi flotte, maggiormente spinta dalla compagnia di noleggio (il 74% dei veicoli del campione dispone di black box) nel caso delle piccole e medie realtà, pur se in tendenza di crescita, con il 57% che prevede di incrementare gli equipaggiamenti connessi nel giro di un anno.

Verifica e monitoraggio della manutenzione (indicate dal 28% del campione), furti e appropriazioni indebitate (24%) e gestione dei crash (22%) sono i veri «osservati speciali» dei dispositivi telematici oggi presenti a bordo dei veicoli. Per i gestori delle flotte questi sono i fattori che costituiscono le voci di costo quotidiane primarie del parco e viene apprezzata la possibilità di disporre di informazioni e di monitoraggio in tempo reale che ne consenta la gestione più efficace. Fra i parametri ritenuti strategici, c'è la verifica dei consumi di carburante, anche al fine di evitare eventuali truffe, e degli stili di guida dei driver, con l'obiettivo di responsabilizzarli, riducendo i costi assicurativi.

L'uso della black box entusiasma meno i fleet manager del campione, rispetto ai rilievi eseguiti lo scorso anno sulle grandi flotte. Viene percepito il vantaggio della «riduzione dei costi di gestione», indicato dal 48% del campione, seguito da «attenzione alla sicurezza del driver» (38%), mentre la capacità di captare big data è vista più come un vantaggio per il noleggiatore. Gli intervistati prediligono il supporto della telematica al controllo della perfetta efficienza del veicolo, rispettando gli intervalli di manutenzione, i cambi d'olio e i richiami delle Case, elementi funzionali non solo alla sicurezza, ma anche al rispetto degli impegni contrattuali con il noleggiatore. (riproduzione riservata)



Giustizia - Odr, decollo stentato:
solo il 12% dei commercianti ha
previsto link d'accesso

Tomasicchio a pag. 4

Avvio in salita per la piattaforma che aiuta a risolvere controversie su acquisti online

Odr, in Italia decollo stentato

Solo il 12% dei commercianti ha previsto link di accesso

Pagina a cura
DI ROXY TOMASICCHIO

Consumatori e commercianti possono risolvere in meno tempo, evitando i procedimenti giudiziari, e con meno costi le controversie online. In che modo? Accedendo alla piattaforma europea per la risoluzione delle controversie online (Online dispute resolution, Odr). Uno strumento che assume ancor più rilevanza considerando che un consumatore su due fa acquisti online. Nel 2017, secondo dati diffusi dalla commissione europea, il 57% degli acquirenti ha fatto shopping su web di prodotti elettronici, vestiti, giocattoli, libri, generi alimentari e servizi. A testimonianza della crescente di fiducia nel commercio elettronico da parte dei consumatori, anche oltre confine. Sempre secondo la commissione, tra il 2012 e il 2017 c'è stato un incremento del 21% nella fiducia dei consumatori riguardo acquisti online da un altro paese dell'Ue; il 33% dei consumatori ha effettuato acquisti online fuori dalla propria nazione. Ma nonostante queste premesse, la piattaforma, in Italia, stenta a decollare. Nonostante gli operatori siano obbligati dal regolamento europeo 524/2013 a pubblicare sul proprio sito web il link alla piattaforma Odr, solo il 12% dei commercianti si adegua alla normativa. Una manciata di imprese, se si considera che in Germania si registra una adesione del 66%. Seguono Austria (47%) e Danimarca (44%). Inoltre, 3.527 trader di tutta Europa si sono registrati sulla piattaforma, stando alle statistiche della direzione generale della giustizia e dei consumatori (Dg Just). Da febbraio 2016, data di debutto, la piattaforma Odr ha ricevuto 6,8 milioni di visitatori unici da tutta Europa. Ogni mese con un numero di reclami in costante crescita:

da 2.486 a luglio 2017 a 3.719 a gennaio 2018. Su oltre 68 mila reclami, il 61% ha riguardato casi nazionali, il 39% i casi transfrontalieri. A oggi si sono registrati sulla piattaforma Odr 381 organismi certificati ADR (Alternative dispute resolution, ovvero metodi di risoluzione delle controversie alternativi alle vie giudiziali) di 26 stati membri europei, Norvegia e Liechtenstein.

Per valutare lo stato dell'arte della piattaforma, nei giorni scorsi, presso la direzione generale della giustizia e dei consumatori della commissione europea si è tenuta la prima assemblea degli organismi ADR: una specie di stati generali degli oltre 350 tra rappresentanti di organismi ADR certificati Ue, autorità competenti, centri di contatto per la risoluzione delle controversie online, organizzazioni di consumatori e associazioni imprenditoriali, da cui è emerso che affinché le aziende siano competitive, è necessario che affrontino al meglio le sfide del digitale, e la piattaforma Odr dà la possibilità di offrire un'ulteriore servizio nell'assistenza ai clienti.

Ma cosa manca alle imprese italiane per stare al passo con i concorrenti europei? Risponde, a *ItaliaOggi Sette*, **Maria Pisano**, direttore del Centro europeo consumatori Italia, punto di contatto nazionale per la piattaforma Odr: «Nella maggior parte dei casi non si tratta di un atteggiamento restio ad adeguarsi alla normativa europea, ma piuttosto di una mancanza di consapevolezza da parte delle imprese italiane, soprattutto quelle di piccole dimensioni, dell'esistenza della normativa stessa che obbliga le aziende che fanno e-commerce di prodotti e servizi a indicare sul loro sito il link alla piattaforma Odr. In Italia ci sono davvero tantissime realtà di piccole dimensioni, come negozi, artigiani, start-up, che hanno intravisto

nel commercio elettronico l'opportunità di allargare la loro attività e incrementare le vendite, creando degli shopping online. Queste aziende spesso però non hanno al loro interno un ufficio legale che possa supportarle informandole su tutte le procedure esistenti in modo da essere compliance. Il ruolo che stanno svolgendo le associazioni di categorie, le camere di commercio va proprio in questa direzione: informare le piccole imprese e i commercianti sulle nuove normative e non solo. Si tratta anche di creare una maggiore cultura sulla possibilità di accedere alle procedure di risoluzione stragiudiziale tramite un organismo ADR o utilizzando direttamente la piattaforma Odr, per risolvere eventuali controversie con il cliente. È positivo il fatto che la commissione europea stia realizzando una campagna di sensibilizzazione e informazione verso i trader sull'esistenza della piattaforma Odr, aiutando le aziende non solo a essere compliance rispetto all'obbligo di legge, ma a creare maggior consapevolezza sul fatto che questo strumento rappresenti una componente essenziale della strategia di servizio al cliente per qualsiasi commerciante online».

Stesso discorso, nonostante i numeri confortanti (sono stati 3.531 i reclami presentati da consumatori italiani tramite l'Odr dal 2016), interessa i consumatori: «Spesso i consumatori diventano consapevoli dell'esistenza della piattaforma Odr nel momento in cui si tro-



vano di fronte a un problema e trovano il link alla piattaforma sul sito del trader», aggiunge Pisanò. «Non di rado il link alla piattaforma Odr viene identificato come il canale per venire in contatto con l'azienda, con il customer care e poter esporre il proprio reclamo soprattutto quando sul sito non è possibile reperire alcun contatto dell'azienda. Considerando il numero dei reclami presentati da parte dei consumatori italiani tramite la piattaforma Odr e la volontà degli stessi di utilizzarla quando sono informati della sua esistenza è possibile dire che la piattaforma è uno strumento apprezzato da parte degli acquirenti nel momento in cui insorgono problemi. Il link a uno strumento terzo, super partes attraverso cui è possibile dirimere le controversie in modo semplice e a costo zero o quasi aumenta la fiducia da parte dei consumatori, soprattutto da coloro che acquistano da paesi stranieri».

Come funziona

1° PASSO
Felipe reclama...

Felipe non è contento. La lampada che ha ordinato dal tuo sito internet è, appena arrivata a Madrid, ma non corrisponde alla descrizione online. Il suo problema adesso è il tuo problema.

Piattaforma Europea ODR
Felipe invia il reclamo attraverso la piattaforma, nella sua lingua. Tu lo ricevi nella tua lingua insieme a un elenco di enti per la risoluzione delle controversie che possono occuparsi del reclamo.

ASSISTENZA
Non capisci la procedura? Trovagli il punto di contatto nazionale.

2° PASSO
Accordo su un ente di risoluzione delle controversie...

Tu e Felipe avete **30 giorni** per arrivare a un accordo. Tu scegli per primo, poi Felipe deve dare il proprio assenso.

ASSISTENZA
Non capisci i tuoi diritti? Trovagli il punto di contatto nazionale.

NON arrivata a un accordo...
Fine. Il punto di contatto nazionale può fornire delle alternative. Però, l'opportunità di risolvere le cose facilmente online.

3° PASSO
Esame del caso...

L'organismo di risoluzione delle controversie ha **90 giorni** per trovare una soluzione.

L'organismo non può occuparsi del caso.
Fine. Rivolgiti al punto di contatto nazionale per avere altre opzioni.

4° PASSO
Caso concluso.

Viene trovata una soluzione
e tu e Felipe siete informati. Un cliente deluso una volta può diventare un cliente fedele.

Cos'è e come funziona la procedura

La piattaforma Odr è uno strumento online, gratuito e multi-lingue, sviluppato dalla commissione europea per la risoluzione di eventuali controversie legate allo shopping online. È stata introdotta dal regolamento europeo sulle Online dispute resolution il n. 524 del 21 maggio, recepito in Italia con il dlgs n. 130 del 6/8/2015. Insieme, la direttiva europea sulle Alternative dispute resolution (Adr) e il regolamento 524/20013, costituiscono il pacchetto legislativo Adr-Odr che, per la prima volta, introduce regole omogenee. Quando un consumatore invia un reclamo tramite la piattaforma Odr per un prodotto acquistato online, per esempio perché la merce ricevuta è diversa da quella ordinata, o è danneggiata,

il commerciante può proporre una soluzione usando la piattaforma stessa. Se le parti non trovano un accordo, concordano un organismo Adr a cui rivolgersi per dirimere la controversia ed evitare le vie legali. Proprio con l'integrazione tra la piattaforma stessa e gli organismi Adr, consumatori e operatori commerciali possono accedere facilmente ai meccanismi di ricorso. I commercianti devono inserire sul proprio sito un link alla piattaforma Odr (<https://webgate.ec.europa.eu/odr>), oltre a un indirizzo e-mail dedicato. Per agevolare le imprese in questo obbligo, la commissione europea ha messo a disposizione quattro modelli di banner cliccabili per collegarsi all'Odr.

Una ricerca Cerif rileva che c'è doppio scambio: a livello di guida aziendale e operativo

Di padre in figlio sì, ma 4.0

La digital transformation traina i passaggi generazionali

Pagina a cura
DI ROXY TOMASICCHIO

Si allunga la lista dei vantaggi portati in una impresa dalla digitalizzazione: ad aumento della produttività, riduzione dei costi, miglioramento dell'efficienza, diminuzione degli infortuni, e perfezionamento nella profilazione della clientela, solo per citarne alcuni, va aggiunto il supporto ai passaggi generazionali. Analizzando, infatti, quanto avvenuto in un campione di un centinaio di aziende, risulta che nel 28% dei casi il senior, consapevole dei propri limiti, lascia spazio al junior e gli affida l'introduzione della trasformazione digitale da sviluppare in azienda. Avviene così un doppio passaggio: non solo a livello di guida aziendale, da padre a figlio o da madre a figlia, ma anche a livello operativo, da azienda tradizionale ad azienda digitale (in alcuni casi una vera e propria 4.0).

A delineare lo scenario è una ricerca del Cerif (Centro di ricerca sulle imprese di famiglia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore), elaborata in occasione del lancio dell'ottava edizione del premio «Di padre in figlio», in programma a ottobre all'Università Cattolica di Milano, in collaborazione con Credit Suisse e Kpmg, con il contributo di Lea Studio Legale, Mandarin Capital Partners, Lombard International Assurance, e il supporto scientifico della Camera di commercio di Milano, Monza Brianza e Lodi.

Ma come avvengono questi passaggi generazionali digitali? Si tratta di un passaggio «dinamico», in diversi step. Il primo prevede che il senior lasci al junior una responsabilità circoscritta a un determinato aspetto aziendale, in questo caso la digital transformation. Come secondo step, una volta che lo junior si dimostra all'altezza, gli viene affidata guida e governance aziendale. Un'altra statistica del Cerif indica infatti la ragione della relativa alta diffusione di passaggi generazionali guidati dalla digital transformation: il 90% dei senior coinvolti in questo tipo di passaggio ammette che non avrebbe lasciato l'azienda nelle mani dei figli e di aver rivisto le proprie posizioni grazie alla responsabilità dimostrata proprio sul tema dell'introduzione del digitale.

«Grazie all'adozione prima e all'utilizzo poi della digital transformation (Dt), risulta evidente dalla ricerca svolta come la distribuzione dei casi di eccellenza del passaggio generazionale avvenga fra tre tipologie di family business ben individuate. Ovvero: allargata, evoluta e pseudo manageriale. La distribuzione si rivela equidiffusa», commenta **Claudio Devecchi**, amministratore unico e direttore scientifico Cerif (si veda l'intervista in pagina, ndr). «Sono esclusi da questa situazione i passaggi generazionali delle imprese familiari esclusivamente padronali in quanto non hanno il completo know how sulla Dt e le successioni generazionali delle imprese familiari con manageriali-

tà sofisticata in quanto già l'applicano da tempo».

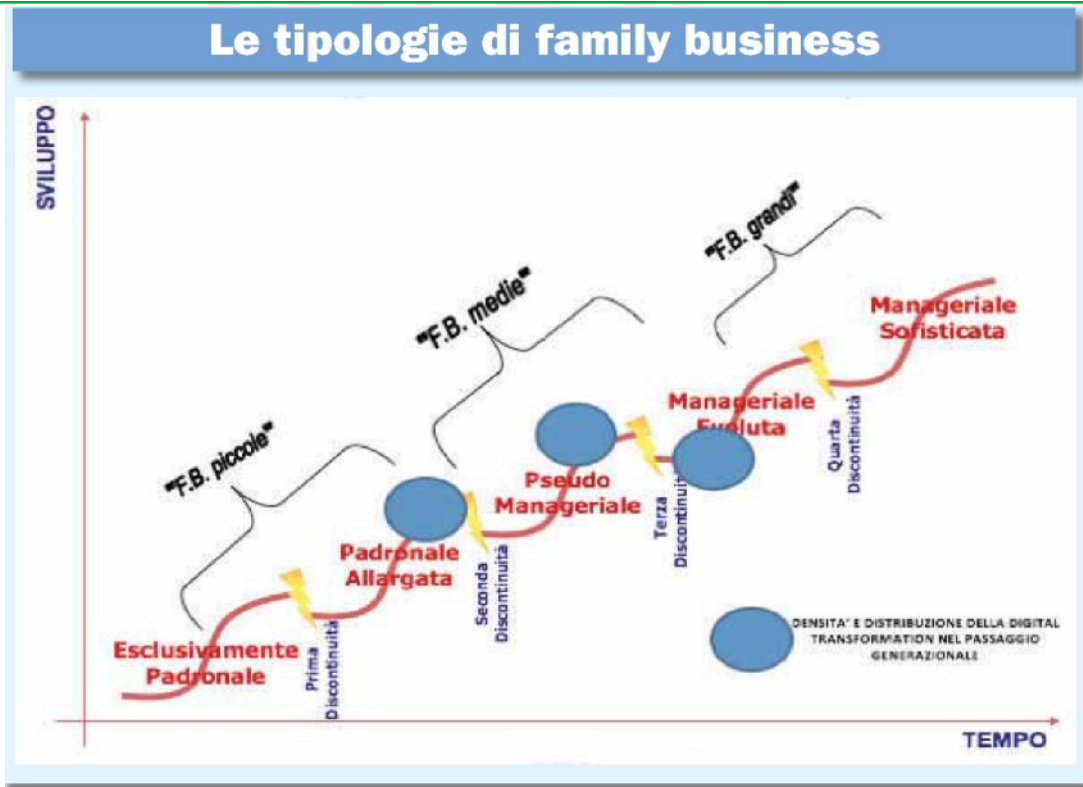
Proprio in tema di know how, secondo l'indagine, la digital transformation, che va dai bBig data, all'internet of things, aiuta a risolvere, oltre al passaggio generazionale, un altro problema tipico delle imprese di famiglia: l'attrazione dei talenti, in quanto nelle aziende che hanno operato una trasformazione digitale, sono maggiormente presenti manager e key people esterni alla famiglia rispetto alle aziende tradizionali o che non hanno ancora affrontato il passaggio al digitale.

Il dato assume anche più valore se si considera che, secondo un'altra indagine Cerif che ha analizzato i 16.513 passaggi generazionali che si stima non vadano a buon fine, il 49% delle imprese familiari (pari a oltre 3,5 milioni su un totale di 4,3 milioni di imprese a livello nazionale) scompare alla seconda generazione con un danno quantificabile economicamente e socialmente sul sistema Italia in oltre 25 miliardi di euro.

Inoltre, il 46% delle imprese familiari ha già la generazione successiva presente in azienda, ma si tratta di un ricambio non pianificato nei dettagli; il 17% supera la terza generazione; il 56% ha imprenditori al vertice oltre i 60 anni di età; il 75% degli imprenditori considera il passaggio generazionale un evento difficile da gestire e si dichiara impreparato; il 22% delle imprese ha già definito accordi per la successione, ma spesso è una pianificazione insufficiente.

—© Riproduzione riservata—





rapporti sicurezza e privacy

Caccia alle industrie 4.0 meno della metà in Italia arriva alla sufficienza

IL MONDO PRODUTTIVO DEVE SOSTENERE IMPORTANTI INVESTIMENTI PER ADEGUARSI ALLA "GENERAL DATA PROTECTION REGULATION" CHE IMPONE CRITERI PRECISI IN TERMINI DI SICUREZZA. IL VENTAGLIO DELLE SOLUZIONI È MOLTO AMPIO

Andrea Frollà

Roma

La diffusione dei paradigmi dell'industria 4.0 ha senza dubbio spinto l'innovazione digitale tra le priorità competitive delle aziende italiane. Dall'interconnessione della fabbrica abilitata dai sensori intelligenti fino all'estrazione di valore dai big data, l'industria sta affrontando una quarta giovinezza favorita dal recente progresso tecnologico. Ma ad un aumento delle opportunità corrisponde quasi sempre un aumento dei rischi. E l'ascesa del tema privacy, anche nell'ambito dell'industria 4.0, ne è una delle prove più evidenti.

L'allargamento del perimetro digitale delle imprese è sotto gli occhi di tutti: la connessione dei macchinari produttivi, la digitalizzazione delle filiere, l'avvento del lavoro in modalità smart working e ancora il rapporto digitale con i consumatori. Sfaccettature di una trasformazione che ha conferito una centralità assoluta ai dati come fattore competitivo nell'era digitale. E che di riflesso ha fatto impennare il livello di guardia rispetto alla privacy, finita pure al centro di importanti interventi normativi di sistema. Impossibile non citare il regolamento europeo in materia di tutela e utilizzo dei dati personali, riassunto dall'ormai famosa sigla Gdpr (General data protection regulation, ndr). Una vera e propria rivoluzione con cui le aziende avrebbero dovuto iniziare a fare i conti da un paio d'anni. E invece tra ritardi e temporeggia-

menti, a qualche settimana dalla sua piena applicazione fissata allo scorso 25 maggio il quadro non era dei migliori (solo il 48% delle imprese italiane si dichiarava ampiamente o completamente conforme, stima Capgemini).

«Il rapporto tra l'industria 4.0 e il Gdpr dipende molto dal tipo di soluzioni tecnologiche applicate nell'industria. Non c'è un automatismo: esistono applicazioni che trattano dati e applicazioni che non lo fanno. Nel primo caso la priorità è innanzitutto inquadrare la tipologia di informazione da trattare e sulla base dell'inquadramento scegliere la tecnologia migliore - spiega Gabriele Faggioli, responsabile scientifico dell'Osservatorio Information Security & Privacy del Politecnico di Milano - È fondamentale delineare in modo puntuale i possibili rischi correlati alla normativa, ma anche allargare l'analisi alla sicurezza che è un tema molto più ampio. Per quel che riguarda strettamente l'industria 4.0, la sfida vera si gioca sull'identificazione delle criticità». Fa comunque ben sperare, sottolinea l'esperto del Polimi, che il tema privacy sia diventato di assoluta rilevanza: «Ci sono settori, e penso alle banche, alla Gdo e alle assicurazioni, che sono più maturi rispetto all'importanza del dato e della sicurezza. Ma in generale non si era mai vista un'attenzione così elevata, in gran parte indirizzata nel modo giusto».

A pesare sul ritardo è spesso l'approccio che identifica la compliance come un mero obbligo. Sarebbe invece opportuno, segnalano gli esperti, fare dell'evoluzione normativa e del relativo adeguamento un tassello dei progetti di sviluppo 4.0. Magari inquadrando pure nello sfruttamento degli incentivi offerti dal piano Industria 4.0. Del resto, un'impresa che tutela i dati e garantisce la sicurezza è un'azien-

da di cui i clienti si fidano maggiormente. E il discorso della fiducia vale anche nei rapporti che l'azienda intrattiene con chi, pur non essendo cliente, ha un suo peso (fornitori, personale, partner). In questo contesto complessivo assumono un certo valore alcuni concetti che la disciplina europea fissa con precisione. Dalla "privacy by design", per cui le aziende devono incorporare la tutela della privacy fin dall'ideazione di un processo o un servizio che preveda la raccolta dati tramite sistemi informatici. Alla "privacy by default", che rende la difesa dei dati personali uno standard predefinito imponendo un trattamento sempre disciplinato da apposite policy aziendali sulla diffusione e la divulgazione dei dati.

Alla privacy si lega poi in maniera stringente la sicurezza informatica. Raccogliere, conservare e trattare i dati nel modo giusto sono alcuni anelli della catena che regola la vita dei dati in azienda. Altrettanto importante è evitare che le informazioni finiscano nelle mani sbagliate. Non è un caso che in Italia il mercato delle soluzioni di sicurezza informatica, stima l'Osservatorio Information Security e Privacy del Polimi, abbia raggiunto nel 2017 quota 1,09 miliardi crescendo del 12% in un anno. E che l'aumento di spesa (78% appannaggio delle grandi imprese) sia stato trainato dai progetti di adeguamento al Gdpr, capaci di contribuire ad oltre metà della crescita

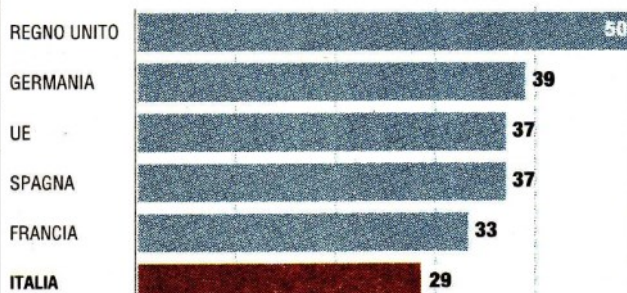


registrata. «I grandi tireranno ancora la volata e prima o poi si porteranno dietro la filiera, in parte imponendo determinati livelli di sicurezza - prevede Faggioli - Pmi e professionisti difficilmente arriveranno invece a investire somme ingenti. È probabile che sceglieranno piuttosto di esternalizzare, affidandosi alle piattaforme cloud specializzate in sicurezza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

COMPETENZE DIGITALI DA COLMARE

% elevate competenze digitali nelle forze di lavoro (occupati o disoccupati, 2016)



Fonte: Eurostat

Competizioni studentesche

Un premio al negozio 4.0

Sono due i progetti italiani premiati a Monaco durante la finale di The Mark Challenge 2018, la competizione organizzata da International University of Monaco che ha coinvolto più di 200 studenti delle principali Business school europee. Divya Singh e Fabio Masoero Regis, studenti MBA part time del Mip Poli-Mi, con il loro progetto Ubique, si sono aggiudicati un premio di mille euro, 5mila criptovalute MDX, un pacchetto di 10 mila euro da spendere in consulenza e un altro da 3 mila per attività di mentoring. Ubique è stata premiata con il primo posto nella categoria MBA Alumni perché combina l'esperienza del negozio con la comodità dell'e-commerce. Grazie ad una carta fedeltà, i clienti possono scegliere di sostenere un'associazione e una causa sociale, ai quale Ubique donerà l'1% del valore degli acquisti effettuati. «Il progetto del Mip ha vinto grazie alla sua analisi approfondita ed alla perfetta corrispondenza con le attuali tendenze del mercato volte ad offrire una perfetta customer experience», spiega Annalisa Tarquini direttrice del Master in Luxury Management all'Università di Monaco. Premiato anche il progetto degli studenti della Luiss University, Boxn'Papers, arrivato al primo posto nella sezione Bachelor Master. «Il team è stato in grado di catturare un importante problema relativo alle vendite di orologi usati offrendo un software in grado di abbinare le rispettive garanzie». Presidente di giuria del premio del Principato di Monaco: Gabriele Maggio, ad di Moschino.

Ba. Mill.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Pam: "Iper con più qualità, super più piccoli poi via con lo shopping, l'estero e l'online"

PARLA L'AD DEL DECIMO GRUPPO DELLA GDO ITALIANA: I PIANI PER GIOCARE UN RUOLO PRIMARIO NEL CONSOLIDAMENTO DEL MERCATO. DAL 2019 LE PRIME OPERAZIONI. UN ACCORDO CON AMAZON COME PUNTO LOGISTICO. "PUNTIAMO MOLTO SUL FRESCO: ABBIAMO ANCHE UNA FLOTTA DI PESCA"

Stefano Carli

Roma

«Negli anni 2016 e 2017 il fatturato ha registrato un andamento stabile e, dati i numerosi progetti in cantiere, siamo ottimisti per il futuro: abbiamo piani che vanno dalla ristrutturazione degli iper all'e-commerce, dal puntare di più sul fresco all'internazionalizzazione e al consolidamento sul mercato italiano». Gianpietro Corbari è l'ad di Pam Panorama. L'azienda del gruppo Pam è la decima per dimensione della Gdo italiana. Il suo compito è quello di far uscire definitivamente dalle secche il gruppo veneto controllato dalle famiglie Bastianello e Dina che ha sofferto più degli altri la crisi dei consumi che ha colpito il settore negli ultimi anni. Pam ha bisogno di una cura particolare perché è quello che si è dovuto ristrutturare di più in corso d'opera per resistere alla congiuntura negativa. Secondo il rapporto annuale di R&S di Mediobanca, infatti, il gruppo è tra quelli che hanno visto il fatturato calare nel periodo 2012-16: del 6,6%, più di Coop (-3,3) ma meglio di Auchan e Carrefour. Ma a differenza di questi altri tre, ha mantenuto positivo il margine ebit, tra risultato operativo netto e fatturato. In questo clima il gruppo veneto ha reagito aumentando il numero di punti vendita. Ma è stata una scelta ponderata.

«Il mercato è cambiato - spiega Corbari, arrivato in Pam dopo esser passato, tra gli altri, in Galbani, Esselunga e Granarolo - Vanno bene i discount, e infatti con il nostro marchio di settore, In's, abbiamo appena assorbito 61 punti vendita ex Dico-Tuodi, che si vanno ad aggiungere ai 370 già in portafoglio. Vanno bene anche i formati di prossimità, come la nostra insegna Pam Local, che ha oggi 56 punti vendita diretti e 22 in franchising nei centri delle maggiori città. E anche i superstore e supermercati, formati attorno dai 400 ai 2.900 metri quadri, che sono complessivamente 106 diretti e 371 affiliati. A soffrire sono le grandi superfici: per noi i 25 ipermercati ad insegna Panorama».

Perché vanno male?

«Perché la domanda è cambiata: la spesa alimentare degli italiani si è ridotta ed è più calibrata. Poi siamo una popolazione referi».

che invecchia e sempre di più p sce fare la spesa giorno per giorno. Senza prendere l'auto. E poi anche perché il ciclo di realizzazione di un iper è lungo: le grandi dimensioni sono complesse, richiedono anni. È un tempo non più compatibile con la velocità di cambiamento del mercato».

Come agirete?

«Cambiando il mix di offerta, elevandola. Avremo più "food" aumentando il fresco e il freschissimo. Dove, tra l'altro, possiamo vantare un vantaggio da valorizzare di più: abbiamo, e siamo forse gli unici nella Gdo italiana, un accordo diretto con una flotta di pescherecci che fornisce il suo pescato solo a noi. Diminuiremo invece tutto il "no food", meno elettronica e meno tessile. Soprattutto meno offerta di qualità medio-bassa, da bazar. Selezioneremo invece una gamma di offerte di cate-

goria premium, ossia superiore, che innalzano il livello percepito dei nostri iper, con corner di marchi specializzati, che non vadano in conflitto con le grandi catene specializzate».

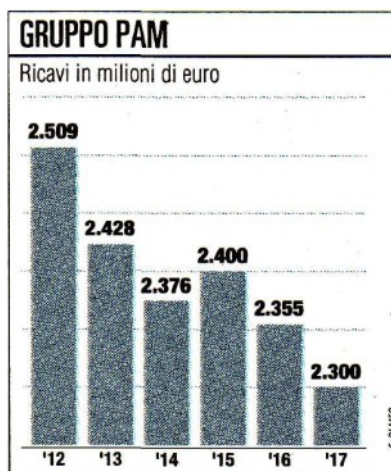
Che budget avete stabilito?

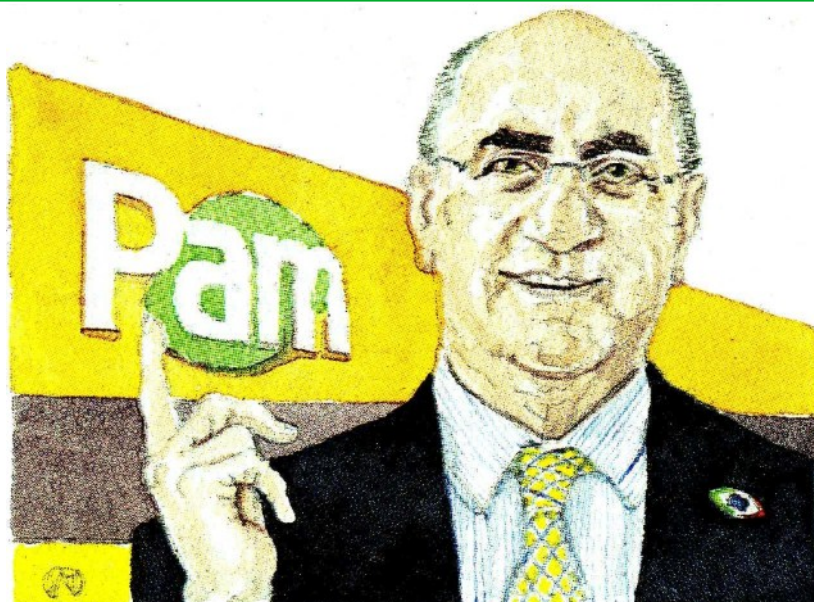
«Sessanta milioni quest'anno, oltre un centinaio nel biennio. Le novità inizieranno ad essere visibili già dall'avvio del prossimo anno. E serviranno anche per procedere a delle acquisizioni, perché vogliamo giocare un ruolo da protagonisti nel consolidamento del mercato italiano. Infine il nodo dell'internazionalizzazione. Che è la partita più difficile perché, se guardiamo oltre i nostri confini, tutte le realtà italiane e non solo noi, ma anche quelle che fatturano 8 o 10 miliardi, sono piccole. Dobbiamo capire cosa sia meglio fare, probabilmente delle partnership».

Infine l'e-commerce. Qui che piani avete?

«Intanto puntiamo sul "click & collect", la possibilità di ordinare la spesa online e poi passarla a ritirare nel supermercato più comodo. E offiremo questo punto di appoggio logistico anche al resto del mercato. Abbiamo già un accordo con Amazon per il ritiro presso i nostri punti vendita dei loro acquisti online. Oggi l'e-commerce viene un po' frenato dai negozi di prossimità ma è un settore in continua evoluzione e abbiamo molti progetti. Abbiamo anche appena creato il Pam Innovation Lab, un team di risorse provenienti dai vari dipartimenti aziendali con il compito di guidare il cambiamento digitale dell'azienda, indirizzare gli investimenti sulle piattaforme e fare scouting di startup interessanti. Come Supermercato24, che si occupa di consegne a domicilio, con cui abbiamo stretto una partnership lo scorso febbraio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Nel disegno, l'ad di Pam Panorama
Gianpietro Corbari
visto da **Massimo Jatosti**

La digitalizzazione degli studi

Dati dei clienti, priorità alla cyber sicurezza

Enrico Netti

Non è una vera e propria emergenza ma una forte presa di coscienza che la cyber sicurezza rientra o deve rientrare tra le priorità di uno studio legale. È lo spettro del rischio tecnologico la minaccia che professionisti e clienti temono. Tra i casi più clamorosi il ransomware che ha colpito la sede spagnola di Dla o studi Usa come, tra gli altri, Weil, Gotshal & Manges e Cravath, Swaine & Moore finiti nel mirino di hacker dell'Est, dalla Russia alla Corea del Nord. Il bottino? Possono essere documenti e informazioni sensibili sulle operazioni in corso, brevetti oltre al riscatto da pagare in bitcoin.

«Le grandi corporation sempre più spesso si informano sulle policy e gli standard di cyber sicurezza adottati» conferma Alessandro Portolano dello studio Chiomenti.

Della digitalizzazione degli studi e della difesa delle informazioni si è discusso la scorsa settimana durante la «Legalcommunityweek». In una sessione dei lavori si è fatto il punto proprio sull'iter verso l'innovazione e la tecnologia. «Nel corporate il numero delle vittime è molto alto e c'è da ritenere che il numero degli attacchi sferrati sia maggiore - aggiunge Stefano Manacorda, Of Counsel dello studio Chiomenti -. Ci sono poi le difficoltà oggettive nel perseguire gli autori che quasi sempre operano dall'estero».

Da un lato ci sono le grandi law firm che investono per proteggere il perimetro, seguono i protocolli di sicurezza e eseguono "di routine" dei penetration test simulando un

attacco di hacker. Nella maggioranza degli studi, però, si lavora in modo diverso: a dirlo un report di Pwc da cui emerge che in uno studio legale su due c'è uno scarso livello di maturità digitale, in un altro 32% si è su un livello medio, mentre la parte restante rientra nell'area "evoluto".

Le priorità su cui si deve intervenire sono la dematerializzazione dei documenti, dei processi e della parte di reporting, l'area collaborativa, la conformità alle normative. In aiuto possono arrivare piattaforme software per la governance di studi e imprese.

Queste soluzioni permettono di gestire i contratti, le operazioni di M&A, i documenti della direzione legale, per finire con la dematerializzazione delle riunioni e la condivisione dei documenti riservati.

La tecnologia viene in supporto dei professionisti ma deve essere usata con le dovute cautele. Anche LinkedIn, per esempio, può diventare un *passpartout* usato dagli hacker per sferrare attacchi di phishing. Alle piattaforme digitali devono essere applicati gli aggiornamenti appena disponibili, le policy dello studio devono prevedere l'uso di password "forti" e tutti, dai professionisti ai dipendenti e i clienti, devono essere sensibilizzati in materia di cyber sicurezza perché ogni tecnologia porta benefici e problemi. Per finire c'è da valutare se pc, smartphone e altri dispositivi affidati ai professionisti devono essere criptati. Perché in caso di violazioni, i danni economici e reputazionali possono diventare esorbitanti.

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alessandro Portolano

Socio gestore dell'IT e responsabile del Dipartimento regolamentazione delle attività finanziarie di Chiomenti



La Banca d'Italia sale in cattedra «Stop alle fake news sui social Incontri per illustrare come difendersi»

Oltre all'apertura a Twitter e LinkedIn, Bankitalia sta organizzando una serie di incontri per spiegare quali sono i compiti delle istituzioni finanziarie.

■ ROMA

ATTIVITÀ sui social, applicazioni interattive, incontri con le persone sul territorio. Paola Ansuini, responsabile della Comunicazione di Via Nazionale, racconta la nuova strategia di Bankitalia che punta a dare un contributo concreto all'educazione finanziaria dei cittadini.

La Banca d'Italia ha cambiato negli ultimi anni il suo rapporto con l'esterno, cercando anche una comunicazione più diretta con i cittadini.

«È vero. Da diversi anni ormai la Banca d'Italia ha incluso tra i suoi obiettivi strategici quello di una comunicazione con il pubblico più aperta, diretta e accessibile. Per noi è innanzi tutto una sfida in parte nuova: in un contesto in rapida evoluzione, avvertiamo fortemente la responsabilità di rendere partecipi le cittadine e i cittadini delle attività che svolgiamo, degli obiettivi della nostra azione e delle motivazioni delle scelte che adottiamo nell'interesse della collettività».

Che ruolo hanno i social in questa operazione?

«Proprio per il motivo al quale accennavo, abbiamo rafforzato la nostra identità digitale, ci siamo aperti all'interazione su Twitter e LinkedIn e ci accingiamo a lanciare, per la prima volta, una campagna di incontri presso le nostre filiali sul territorio, per raccontare che cos'è la banca centrale e che cosa fa quotidianamente per ciascuno di noi».

Scendete dunque in campo

per incontrare i cittadini: quali saranno i temi toccati?

«L'iniziativa, che abbiamo chiamato semplicemente 'Incontri con la Banca d'Italia', prevede un ciclo di quattro eventi tematici, durante i quali spiegheremo in modo quanto più possibile chiaro e semplice le funzioni e le attività della banca centrale, che sono molte di più di quanto non si pensi: parleremo di politica monetaria, ricerca economica, innovazione, pagamenti, FinTech e *cryptoasset*, vigilanza e tutela del risparmio. Ciascuna filiale partecipante ospiterà l'intero ciclo, e il *fil rouge* sarà sempre lo stesso: mostrare come la Banca d'Italia sia un'istituzione concretamente al servizio della collettività e dei singoli. Sembra uno slogan, ma proprio da questi incontri emergerà quanto sia vero, in modi anche sorprendenti».

E in quali città si terranno queste conferenze?

«Le prime filiali a partire saranno, nell'autunno 2018, Milano, Torino, Firenze e Napoli. Seguiranno a stretto giro Roma, Bari, Ancona, Bologna, Catania, Palermo, Venezia e Trieste, e poi chissà. Non si tratterà però di conferenze».

In che modo renderete più abordabili temi ostici per i più?

«Il primo, grande investimento che abbiamo cercato di fare è stato sui linguaggi: volendo rivolgerci a un pubblico ampio, di non specialisti, abbiamo scelto una modalità nuova, interattiva. Ci avvarremo, infatti, sia del dialogo con esperti e giornalisti, sia di strumenti multimediali come video, infografici-

che, sondaggi istantanei e perfino un'app che permetterà al pubblico di intervenire direttamente nel dibattito. La nostra ambizione, se posso osare, è promuovere un dialogo serio, costruttivo e inclusivo: è il nostro antidoto alla diffusione di *fake news*».

Cosa significa, nel concreto, per un cittadino conoscere l'Abc della finanza?

«Significa sapersi orientare, fare scelte consapevoli, avere coscienza dei possibili profili di rischio legati alle decisioni di risparmio e di investimento, stimare la sostenibilità dei propri debiti. Significa sapere 'quello che conta' per poter fare le scelte giuste».

Alessia Gozzi
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le domande più frequenti

Che cos'è e a che cosa serve la politica monetaria? Chi tutela i consumatori dei servizi finanziari? A questi e altri quesiti risponderà il ciclo itinerante di 'Incontri con la Banca d'Italia'





**VISCO
ALLA
GUIDA**

**In alto il
governatore
di Bankitalia
Ignazio Visco.
A destra
Paola Ansuini,
responsabile
della
Comunicazio-
ne di Via
Nazionale**



Eresie digitali

OTTO PROPOSTE PER COMBATTERE I TECNO CATASTROFISMI

di **Edoardo Segantini**

edoardosegantini2@gmail.com

@SegantiniE

Se consideriamo il modo in cui in Occidente si discute di tecnologia e lavoro, il dibattito italiano è quello in cui più largamente prevalgono i tecno-pessimisti. Non è più vero (se mai lo è stato) che i sostenitori del segno più e del segno meno si equivalgono: i tecno-catastrofisti sono in netta maggioranza. Da un lato le loro posizioni si alimentano di letture come «La rivolta delle macchine», di Murray Shanahan (appena uscito da Luiss University Press), che ipotizzano il tramonto della mente umana, resa obsoleta dall'intelligenza artificiale, e l'avvento di evoluzioni d'imprevedibile portata. Dall'altro, e più concretamente, si teme che la disoccupazione, già elevata, possa crescere per effetto delle tecnologie digitali riassunte nella formula Industria 4.0. Chi ha avuto accesso alle ricerche sul campo (di fonte imprenditoriale, universitaria e sindacale) sa che, per fortuna, questo ritratto a senso unico non corrisponde al

vero. In primo luogo (considerazione generale) Industria 4.0 richiede un tipo d'innovazione che dà alle persone un ruolo tutt'altro che marginale. In secondo luogo, e di conseguenza, le aziende che più innovano sono anche quelle che più assumono. È in questa logica che sta ragionando un gruppo di esperti, sulla spinta di Federico Butera della Fondazione Irso: studiosi come il cibernetico Giorgio De Michelis, manager della formazione come Ruggero Cesaria del gruppo Fca, pubblici amministratori come l'assessore della Regione Emilia Romagna Patrizio Bianchi. L'idea di fondo, declinata in otto proposte, è quella di progettare l'innovazione anziché inseguire gli effetti sociali delle tecnologie. Anche negli aspetti occupazionali: anzi, partendo proprio dal ruolo umano. Non si tratta di coltivare un ardito sogno sociologico: quanto piuttosto di far tesoro delle migliori esperienze d'impresa, di cui l'Italia è ricca (anche se non lo sa). Dall'iniziativa di Butera, visto il peso dei personaggi cui si rivolge, potrebbe nascere una community influente, capace, si spera, di contrastare il tecno-disfattismo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'università scommette sui nuovi corsi online

FORMAZIONE

I rettori chiedono al governo un piano digitale da 1,5 miliardi in 5 anni

Entro fine settembre va sciolto il rebus sulle «telematiche»

La nuova frontiera delle università italiane passa dal digitale. Ne sono convinti i rettori che chiederanno al governo un piano nazionale per la digitalizzazione da 1,5 miliardi in 5 anni. Tra fondi nazionali ed europei. Ma per partire, sostiene la Crui, bastano 100 milioni.

In cima alla lista c'è l'intenzione di investire nel business dei «Mooc»: i corsi online gratuiti per laureati, matricole e lavoratori bisognosi di aggiornamento profes-

sionale che sono nati oltreoceano 6 anni fa e che nel frattempo hanno superato gli 80 milioni di utenti. Di questi, oltre 50 milioni sono residenti negli Stati Uniti. Un dato ufficiale su quanti sono quelli italiani non c'è. Al momento l'offerta del nostro paese si sostanzia nella diffusione di singoli corsi sui provider internazionali, sul portale EduOpen che consorza 17 atenei e sulle piattaforme delle singole università. Come «Federica» della Federico II, che in autunno lancerà le prime quattro lauree online.

Sul tavolo del governo c'è anche il dossier sulle università «telematiche». Entro fine settembre il tavolo tecnico nominato dalla ministra uscente Valeria Fedeli dovrà pronunciarsi sulla stretta che entrerà in vigore nel 2019. Ma finora non è mai stato convocato e sarà il ministro entrante Marco Bussetti a doverlo fare.

Eugenio Bruno — a pagina 4

Boom di corsi online: le università fiutano il business dei «Mooc»

I rettori pronti a presentare un piano nazionale digitale. Proposta di finanziamento da 1,5 miliardi tra fondi italiani ed europei: per partire bastano 100 milioni

Eugenio Bruno

In Italia un piano digitale non si nega a nessuno. E infatti ce l'hanno la Pa, la sanità, l'industria, la scuola. E allora perché non estenderlo all'università? È il ragionamento che ha spinto i rettori italiani a farne la loro prossima «linea del Piave». Con una proposta di finanziamento da 1,5 miliardi in 5 anni, tra fondi italiani ed europei, che a breve sarà recapitata al neoministro Marco Bussetti. Ma per partire, spiega il segretario generale della Crui Alberto De Toni, «bastano 100 milioni».

Uno dei capisaldi del piano nazionale università digitale - che sarà presentato a Udine il 27 e 28 giugno durante i Magnifici incontri 2018 - sarà il riposizionamento degli atenei italiani nel grande business dei Mooc. Un acronimo (*Massive open online course*) che racchiude in sé la propria ragione sociale: corsi di studi disponibili in rete, e che della rete sfruttano le infinite possibilità tecnologiche e culturali, per un gran numero di fruitori. Non per forza laureati che vogliono aggiungere crediti formativi. Ma anche aspiranti matricole desiderose di orientamento o lavoratori bisognosi di

aggiornamento professionale. In genere gratis visto che l'unico contributo richiesto riguarda la certificazione formale delle competenze acquisite.

In vista di quell'appuntamento, il gruppo di ricerca HERe (Higher Education Research) della Crui ha preparato un documento su un segmento dell'offerta formativa mondiale che in sei anni ha raggiunto 80 milioni di utenti nel mondo. Con oltre 800 atenei in campo e 9.400 corsi a disposizione. La parte del leone l'hanno fatta finora i grandi provider statunitensi come «Coursera», «edX» e «Udacity» (53 milioni di fruitori in tre). A cui negli ultimi anni si sono aggiunti operatori europei («OpenupEnd») e



nazionali: dalle 17 università consorziate in EduOpen a "Federica" della Federico II di Napoli o a "Polimi Open Knowledge".

Proprio il "papà" di Federica, il politologo Mauro Calise, presenterà a Udine il position paper della Conferenza dei rettori sulle opportunità offerte dai Mooc. In teoria sconfinite. Anche se una stima aggiornata sugli utenti italiani al momento non esiste. Nel 2015 ne erano stati censiti 127mila, a cui andavano aggiunti quelli di EduOpen e gli iscritti ai provider internazionali. A spanne 500mila persone. Un numero destinato, a suo giudizio, a crescere in maniera esponenziale se si considerano due fattori. Il primo è l'allergia dei nostri lavoratori alla formazione continua (e infatti siamo al quindicesimo posto nell'Ue, ndr). E il long life learning è il bacino più ricco in cui i corsi a distanza possono pescare. Il secondo sono i giovani laureati che mancano. A loro e a tutti quelli che abbandonano dopo il primo anno si rivolge l'offerta "freemium"

(gratuita e di qualità) di "Federica" che in autunno lancerà quattro corsi di laurea per l'80% online: Economia aziendale, Ingegneria informatica, Ingegneria meccanica e Scienze del turismo.

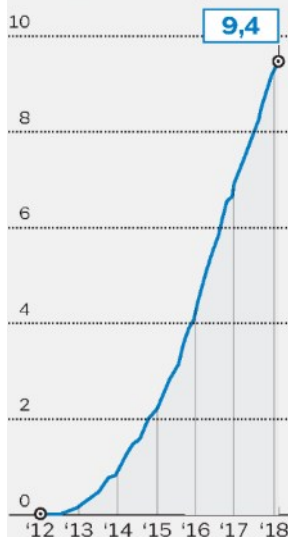
A queste praterie Calise, che alla Federico II insegna Scienza politica, aggiunge l'internazionalizzazione. «Per portare a Napoli quattro studenti cinesi - racconta al Sole 24 Ore - devo fare 28 incontri bilaterali con università straniere che esplodono. Vengono da noi, investono nello studio dell'italiano e poi magari scoprono che non ce la fanno. Se gli offro una laurea freemium in ingegneria insieme a un corso di italiano all'Orientale è chiaro che mi si apre un'altra prateria». A patto di puntare sulla qualità e buttare più di un occhio al mondo del lavoro che cambia. «Pensiamo agli e-learner 4.0 - conclude Calise. Come possiamo pensare di lasciarli a LinkedIn e Microsoft?». Un interrogativo che sta al mondo accademico (e al governo) raccogliere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**IL TEMA
IN TRE GRAFICI**

Il boom
Utenti a quota
80 milioni
e 9.400 corsi

Dati mondiali in migliaia



I provider più gettonati
In testa gli americani: Coursera (30 milioni di utenti), edX (14 milioni) e Udacity (9 milioni)

I settori top
In vetta
tecnologia
e business

Dati in percentuale

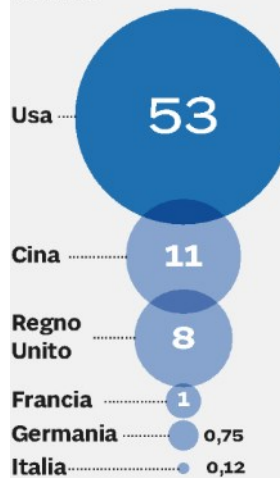
Tecnologia	19,9
Business	18,5
Matematica	13,3
Scienze sociali	10,6
Scienze	10,0
Scienze umanistiche	9,5
Scienze dell'educazione	8,5
Medicina	7,2
Ingegneria	7,1
Arte e design	5,5

I corsi più popolari
Nel 2017 il primato su Coursera è andato a Intelligenza artificiale, bitcoin e programmazione

Il confronto

Più di un utente
su due risiede
negli Stati Uniti

Utenti dei principali provider
In milioni



Italia indietro
Nel nostro paese l'ultima stima è ferma a 127mila utenti ma nel complesso potrebbero essere 500mila

Fonte: Class Central

Come funzionano i Mooc

IL RITARDO DELL'ITALIA NELLA FORMAZIONE CONTINUA

Popolazione adulta 25-64enne che ha partecipato ad iniziative di istruzione e formazione. *Dati in percentuale*



LE NUOVE FRONTIERE DELLE LEZIONI A DISTANZA

Struttura e modalità di fruizione dei Massive online open course

1 Che cosa sono

Corsi erogati in ambiente universitario, disegnati per essere fruiti da un gran numero di partecipanti, sono accessibili da chiunque via internet e prevedono una modalità di apprendimento in genere one to one

2 Chi può partecipare

Studenti già iscritti per aggiungere crediti universitari, laureati o lavoratori che vogliono migliorare il loro apprendimento permanente, aspiranti matricole che vogliono orientarsi per scegliere la facoltà giusta

3 Come ci si iscrive

Ci si iscrive a una delle piattaforme disponibili. Si contano almeno quattro tipi di provider: globali (Coursera o EdX), europei (OpenupEnd), italiani (OpenEdu che raggruppa 17 atenei pubblici), piattaforme di singole Università (Federica della Federico II di Napoli o Pok del Politecnico di Milano)

5 Quanto si paga

In genere i corsi sono gratuiti e al termine rilasciano un attestato di partecipazione. Se invece si vuole ottenere la certificazione delle competenze acquisite in genere è richiesto un contributo economico

4 Come si svolgono

La fruizione avviene via internet. Ma a differenza dell'e-learning che consisteva nel veicolare a distanza lezioni d'aula i Mooc si basano su una forte interazione tra gli studenti, i docenti e i tutor. Ogni studente predispone un proprio percorso personalizzato

6 La valutazione

Gli studenti realizzano lavori individuali che vengono valutati da docenti oppure, in presenza di corsi con un elevato numero di partecipanti, sono oggetto di una discussione tra pari in appositi forum

E-LEARNING

Il rebus irrisolto delle «telematiche»

Digitalizzare le università italiane significa inevitabilmente sciogliere il rebus delle «telematiche». E ne sembra consapevole anche la maggioranza gialloverde che nel contratto di governo, da un lato, dichiara che «sarà incentivata l'offerta formativa on line e telematica delle università statali attraverso finanziamenti finalizzati». Mentre, dall'altro, promette che sarà «meglio regolamentata l'offerta formativa delle università telematiche private».

La prima occasione ci sarà già nelle prossime settimane. Quando si tratterà di capire se il comitato tecnico, insediato dalla ministra

Valeria Fedeli prima di lasciare viale Trastevere, inizierà effettivamente a riunirsi e così partorire realmente entro settembre una proposta di regolamento sui criteri e i requisiti per l'accreditamento dei corsi universitari a distanza. Un atto atteso da 15 anni.

La loro storia comincia con la finanziaria del 2003 che avviava anche in Italia l'era dell'e-learning: il decreto Moratti-Stanca che la definiva arrivò qualche mese dopo. Da allora si sono succeduti mini interventi ministeriali fino al 2013 quando una commissione di studio del Miur ha chiesto una severa revisione della materia. Che è arrivata a fine 2016 con il decreto 987. In maniera ambivalente però.

Pur inasprendo i criteri sul rapporto professori/studenti e sui docenti a contratto lo stesso provvedimento rimandava la sua applicazione al 2019.

Nel frattempo gli 11 atenei telematici italiani hanno visto crescere i flussi in entrata e in uscita. Come confermano le statistiche del ministero dell'Istruzione. Prendiamo l'ultimo quinquennio. Nel 2012/2013 si contavano 2.700 immatricolati ma nel 2016/2017 avevano già superato gli 8.800. Analogo il trend degli iscritti complessivi, che sono saliti da 43 a 75 mila, e dei laureati, che nell'arco di un lustro sono saliti da 4.097 a 6.991.

Il passaggio dal vecchio al nuovo

governo ha rallentato la macchina. Che andrà riaccesa in fretta dal ministro se si vuole rispettare la dead line di settembre. Si partirà dalla proposta avanzata dall'agenzia di valutazione (Anvur) guidata da Paolo Miccoli. Che punta a un adeguamento meno che proporzionale dei docenti degli atenei telematici, con soluzioni separate per i corsi di laurea di primo livello rispetto alle magistrali e ai cicli unici, in cambio di un rafforzamento dei tutor. Sia in termini di titoli di studio richiesti che di contratti applicabili. Un compromesso tecnico che è già sul tavolo. A Bussetti l'onere di convocarlo.

— **Eu.B.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Politologo Mauro

Calise, docente di
Scienza politica
alla Federico II, è
considerato il
"papà" di
Federica: la
piattaforma per i
corsi online
dell'ateneo
federiciano che in
autunno lancia le
prime 4 lauree
via internet

Dai Meetup a Mr Wolf addio mito del web

Uno studio: l'era del partito online è finita
"Solo il 15% partecipa alle votazioni"

Grillo: Bilderberg come bocciolina



“Le bilde-riunioni sono probabilmente una semplice occasione di promiscuità elitaria, la forma radical chic di uno sciopero o del consiglio della bocciolina sotto casa



MATTEO PUCCIARELLI
MASSIMO VANNI, ROMA

«Ci devono copiare tutti, perché non lo fanno?», si domandava Max Bugani dell'associazione Rousseau parlando del portale del Movimento 5 Stelle all'evento di presentazione di Roma sabato. La risposta del perché il resto del mondo non copi Rousseau, probabilmente, la dà uno studio curato da Lorenzo Mosca, professore alla Scuola Normale Superiore. La “democrazia diretta” targata M5S – è il sunto dello studio – è in realtà sempre meno diretta e soprattutto sempre più deserta. Se nel 2012 su beppegrillo.it partecipava alle votazioni (ad esempio a quelle per individuare i candidati alle elezioni) il 64% degli iscritti,

cinque anni dopo si è scesi al 15. Spiega il professore, il quale ha preso in esame tutte le 66 votazioni online fatte in questi anni dal Movimento, che «generalmente notiamo come ci sia poca cura dei processi partecipativi, si moltiplicano le iniziative ma si perde l'attenzione su ciò che già c'è. Quindi l'offerta dei prodotti della Casaleggio è cresciuta, ma l'obiettivo di far partecipare di più le persone non è stato raggiunto». Infatti dopo il blog di Grillo è nato il portale Lex, per discutere le proposte di legge, e infine Rousseau (“intelligenza attiva e azioni sul territorio”, è il claim che si dà il portale). Il calo della partecipazione lo si intuisce anche dal numero di commenti alle proposte di legge: a fronte di un numero stabile di proposte messe in discussione nei quattro anni di vita di Rousseau, il numero medio di commenti per legge è passato da 446 nel 2014, a 184 nel 2015, 144 nel 2016 e 63 nel 2017. Altra questione: la natura stessa e le possibilità di uso della piattaforma Rousseau negano ogni possibilità di interazione orizzontale tra gli utenti, consentendo solo interazioni verticali tra rappresentanti e utenti. «C'è una concezione aggregativa del processo, e non deliberativa tipica dei movimenti», ragiona Mosca. E poi, solo in 49 casi sui 326 considerati (il 15 per cento) chi ha gestito le discussioni inerenti le proposte di legge pubblica un report in cui dà conto dei commenti di ricevuti. Dai report

si scopre che in soli 22 casi (il 6,7 per cento di tutte le discussioni) le proposte sono state chiaramente modificate in base ai commenti ricevuti, in 14 casi non si rileva alcuna modifica e in 13 casi non è chiaro se il testo abbia subito modifiche o meno. Nella relazione del professore si fa notare che «la lunga serie di votazioni online ha evidenziato diverse criticità tuttora irrisolte: problemi tecnici riguardanti la procedura di voto; limitata trasparenza delle procedure di voto e incompletezza dei risultati, in particolare con riferimento agli aventi diritto; tempistiche delle votazioni, spesso annunciate via email con scarso preavviso, anche a votazioni già in corso, con durata limitata a un solo giorno ed esclusivamente in orari lavorativi, il che ha reso difficile per molti iscritti partecipare; scelta degli argomenti determinata esclusivamente dai leader; informazioni incomplete e asimmetriche sui temi in votazione, con una chiara messa in risalto delle preferenze dei leader, a scapito degli argomenti concorrenti». Infine, «controllo esclusivo delle procedure di voto da parte della Casaleggio, col rischio di possibili manipolazioni». La ricerca è stata illustrata allo stesso Davide Casaleggio. Il quale non ha fatto un plissé: «Non conosco questi dati, non sono ufficiali». Per avere tutti quelli ufficiali però servirebbe la trasparenza dei dati. Che non c'è.

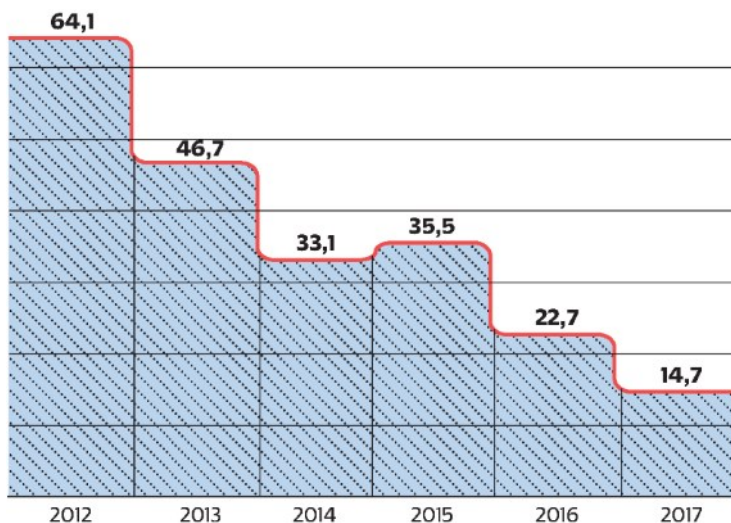
© RIPRODUZIONE RISERVATA



La ricerca

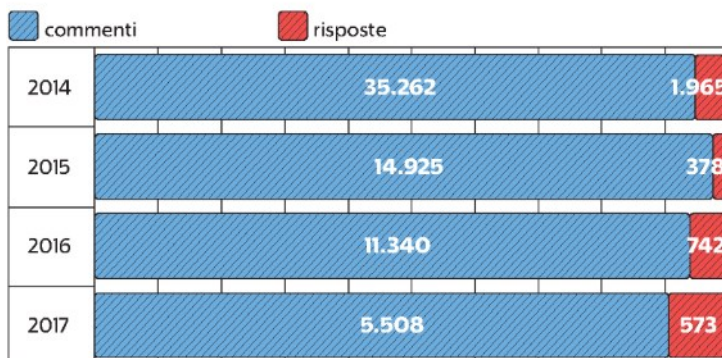
Le partecipazioni alle votazioni online

La percentuale degli iscritti che hanno votato (media annua).
65 le votazioni esaminate



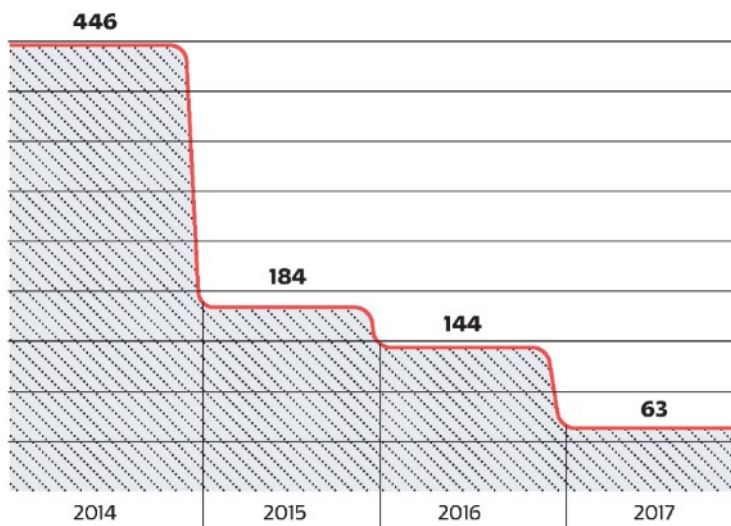
Il rapporto tra i commenti annui alle proposte di legge e le risposte ricevute

326 le proposte di legge esaminate



La media dei commenti mensili alle proposte di legge

326 le proposte di legge esaminate



Davide Casaleggio

Il fondatore dell'Associazione Rosseau ieri all'inaugurazione della "Rousseau City Lab" a Roma



ALESSANDRO DI MARCO/ANSA

Eolo, la fabbrica del wi-fi superveloce

Nuovi investimenti per 300 milioni

«Colmeremo lo speed divide italiano»

Ora è lo speed divide, ovvero il divario di velocità di connessione, il problema dell'internet italiano. Eolo è pronta a investire per colmarlo.

Giuseppe Catapano
 ■ BUSTO ARSIZIO (Varese)

E' IL PRINCIPALE operatore italiano nel *fixed wireless ultra broadband*. Per chi ha scarsa dimestichezza col gergo tecnico, ciò che fa Eolo è portare una connessione internet ultraveloce fino a 100 mega nelle zone più difficili da raggiungere e non coperte dalla fibra: borghi, piccoli centri, paesi di montagna, di lago e di mare. Un tempo tali zone soffrivano di *digital divide*. «Portavamo una connessione di 3 e 4 megabit al secondo laddove, fino alla metà degli anni Duemila, si navigava ancora a 56k» ricorda il fondatore e presidente Luca Spada. Se il *digital divide* è stato quasi azzerato, oggi Eolo si propone di risolvere un altro problema: lo *speed divide*. Garantendo, attraverso la banda ultralarga wireless per il mercato residenziale e delle imprese, «una velocità di 30 mega quasi ovunque. Lo *streaming* ha cambiato tutto, perché ha portato le famiglie a chiedere una grande quantità di dati. Il nostro cliente medio consuma 120 giga al mese».

NON SOLO: grazie al supporto del fondo d'investimento Searchlight capital partners, entrato recentemente nella compagine sociale, il nuovo piano industriale – che prevede investimenti per 300 milioni di euro – porterà Eolo a estendere la nuova rete a 100 mega in tutta Italia. «Significa – dice Spada – che 3,5 milioni di famiglie e imprese in Italia ancora oggi soggette all'anacronistico *speed divide* avranno accesso a internet in banda ultralarga». Il cospicuo investimento si sommerà ai 200

milioni che Eolo ha investito negli ultimi per la realizzazione della propria rete di telecomunicazioni che offre servizio a oltre 8,7 milioni di utenti.

«Noi siamo di Varese – spiega Spada – e siamo partiti dalle valli dell'arco alpino, per poi espanderci. Tra il 2012 e il 2015 abbiamo cambiato passo vincendo 5 bandi pubblici per l'abbattimento del *digital divide* in 5 regioni del centro. Dal Nord abbiamo quindi sviluppato la nostra rete nell'area del centro Italia. Nei prossimi mesi cominceremo a crescere anche al Sud».

LA SOCIETÀ, che vanta oltre 300 mila clienti attivi, ha chiuso l'ultimo esercizio con oltre 100 milioni di ricavi, in crescita di oltre il 33% rispetto ai 75,5 milioni di euro realizzati nel precedente esercizio. Di recente è stata inaugurata la nuova sede a Busto Arsizio, un campus ultramoderno da 17mila metri quadri con tanto di zone relax, giardini e una filosofia *smart-working* portata avanti quotidianamente.

Eolo conta 370 dipendenti (32 anni l'età media, 150 nuove assunzioni negli ultimi 24 mesi) e un network di oltre 8mila collaboratori, installatori e partner commerciali. Il piano di crescita prevede anche l'assunzione di ulteriori 120 figure professionali nei prossimi 18 mesi. I professionisti saranno accolti proprio nel nuovo quartier generale, quello che Spada definisce «la fabbrica italiana del *fixed wireless*».

«Cerchiamo tecnici di rete, figure commerciali e operatori di *call center*: quest'ultimo è considerato il cuore dell'azienda, tanto che abbiamo un *turn over* che rasenta lo



zero. Dal *call center* si può crescere fino a ricoprire ruoli di responsabilità», spiega.

EOLO è una realtà dinamica e giovane. L'azienda è nata nel 1998 e giovani sono i dipendenti: l'età media di 32 anni lo conferma. «Nessuno di noi ha ancora conosciuto la pensione» scherza Spada. I progetti per il futuro sono ambiziosi anche perché la mission di Eolo è tutt'altro che esaurita. «Il *fixed wireless* rappresenta in termini di connessioni *broadband* e *ultra broadband* la seconda tecnologia più utilizzata dopo il rame e si candida fra le principali tecnologie abilitanti i servizi 5G, al centro di sperimentazioni già in corso in Giappone e negli Stati Uniti, consentendo di portare prestazioni 5G anche in quelle aree dove gli operatori mobili tradizionali difficilmente faranno investimenti». Un valore aggiunto alle imprese e alle famiglie di questi centri che possono crescere, scongiurando lo spopolamento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Oltre 100 milioni di ricavi

Eolo spa è una società di telecomunicazioni italiana e Internet service provider con sede a Busto Arsizio. Nata come NGI nel 1998, nel 2006 il fondatore Luca Spada crea un servizio di accesso a internet a banda larga wireless ribattezzato Eolo: il servizio vanta oltre 300mila clienti attivi. L'ultimo esercizio ha chiuso con oltre 100 milioni di ricavi, in crescita del 33% rispetto ai 75,5 milioni di euro del precedente. Conta 370 dipendenti (32 anni l'età media, 150 nuove assunzioni negli ultimi 24 mesi) e un network di oltre 8mila collaboratori e installatori



REALTÀ CHE CRESCE

In alto il fondatore e presidente di Eolo, Luca Spada: i clienti attivi sono circa 300mila

Banche

ORACLE TROVA
A EMPOLI
IL RINASCIMENTO
DIGITALE



di **Silvia Ognibene** **VI**

E Oracle trovò a Empoli il Rinascimento digitale

L'accordo tra il colosso mondiale e Cabel per il sistema informatico degli istituti italiani

di **Silvia Ognibene**

Dalla Silicon Valley a Empoli per offrire alle banche italiane gli strumenti necessari ad affrontare il loro (indispensabile) «rinascimento digitale». È lo scopo della collaborazione fra Oracle, colosso dell'informatica con sede in California, e Cabel, società toscana di servizi per il sistema bancario, che ha permesso di lanciare sul mercato italiano Flexcube, uno dei sistemi informatici più usati al mondo. È una piattaforma tecnologica che consente di gestire in modo rapido e flessibile tutti gli aspetti dell'attività bancaria, da quelli più tradizionali fino all'interazione con i robo-advisor.

Flexcube ogni anno elabora 26 miliardi di transazioni bancarie in 142 Paesi e viene impiegato da 600 istituti, pari a circa il 10% delle banche di tutto il mondo (tra le quali Citi, Jp Morgan, Barclays e le divisioni estere di Intesa Sanpaolo). Ma in Italia non riusciva a sbarcare perché le normative sono particolarmente complesse e molto

diverse da quelle degli altri Paesi: serviva qualcuno in grado di adattare Flexcube al nostro sistema. Oracle l'ha trovato a Empoli: Cabel, fornitore di servizi Ict con 30 anni di storia, ha lavorato per due anni insieme ad un gruppo di ingegneri indiani della multinazionale americana e ha sperimentato l'impiego di Flexcube nella sua controllata Invest Banca a partire dal maggio scorso.

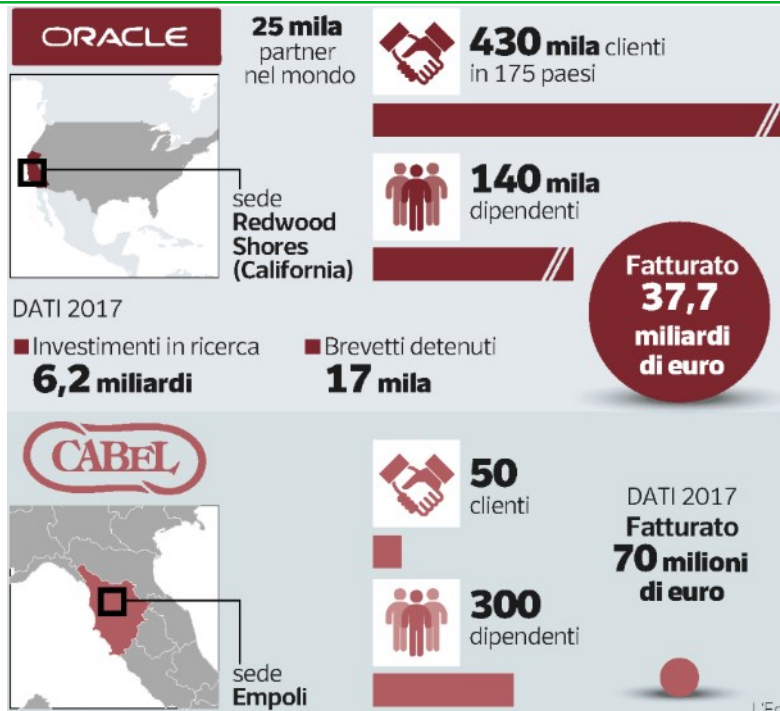
Venerdì la presentazione ufficiale nel Salone dei Cinquecento in Palazzo Vecchio davanti a una platea foltissima dove erano presenti i rappresentanti di tutti i maggiori istituti di credito italiani, da Banco Bpm a Monte dei Paschi, da Bnl a Intesa Sanpaolo, da Mediobanca a Ubi e Unicredit. Tutti potenziali clienti per il gruppo toscano specializzato nella fornitura di servizi finanziari e bancari, che impiega 300 lavoratori altamente specializzati (con un'età media di 35 anni) nelle sedi di Empoli, Milano e Viterbo. «Oggi scrivo un nuovo capitolo del mio rapporto

con la città di Firenze — ha detto Chet Kamat, Ceo di Oracle Financial Services — Questa città è nota nel mondo per essere la culla del Rinascimento e lavorando con Cabel ho potuto vederne un altro aspetto: la predisposizione all'innovazione e alla collaborazione, la capacità di lavorare molto. Abbiamo scelto di lavorare con Cabel sapendo di poter utilizzare appieno la nostra tecnologia moderna e flessibile in grado di rispondere ai cambiamenti imposti dall'era digitale». Cambiamenti massicci, dovuti alla convergenza fra tecnologia e finanza: «Il fintech sfida le banche in tutto il mondo — ha aggiunto Kamat — Le banche italiane hanno



investito molto in tecnologia, ma devono ulteriormente innovare per confrontarsi con cambiamenti massicci e dirimpenti, altrimenti non sopravviveranno». La portata dei cambiamenti è racchiusa nella dichiarazione fatta giovedì scorso dal presidente della banca americana Citi, Jamie Forese: nei prossimi cinque anni la metà dei 20 mila ruoli operativi potrebbe essere sostituita dai robot. Nulla di diverso da quanto ha dichiarato John Cryan, Ceo di DeutscheBank secondo cui fino alla metà della forza lavoro della banca tedesca potrebbe essere sostituita da macchine. L'unica risposta possibile è costruire quelle macchine e con quelle conquistare nuovi spazi in un mercato che sta radicalmente cambiando: «Alle banche serve un rinascimento informatico — ha detto il presidente di Cabel, Francesco Bosio — La nostra soluzione è innovativa dal punto di vista radicale perché si tratta di una tecnologia che consente la realizzazione di prodotti e servizi, dalla struttura tecnologica snella, indipendenti e svincolati dal cliché del sistema bancario». Il mondo bancario italiano vive un'autentica rivoluzione: a Empoli provano a guidarla, invece di subirla.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alla guida
 Chet Kamat,
 Chief Executive
 Officer di Oracle
 Financial Services
 Software Ltd

SETTIMANA DECISIVA LA LEGA NON HA NOMI PER LA GIUSTIZIA E CEDE LE POLTRONE AI 5S

Commissioni parlamentari Rai, Cdp e Authority nel vivo il gioco delle nomine

● **ROMA.** A più di 100 giorni dalle elezioni, questa settimana dovrebbero nascere le 28 commissioni parlamentari di Camera e Senato ed essere eletti i rispettivi presidenti, uno dei tasselli del rischiodo delle nomine che coinvolge anche ruoli di governo, società partecipate, da Cdp alla Rai, e Authority. A spartirselo dovrebbe essere la maggioranza giallo-verde, che però fatica a comporre il quadro trovando le giuste competenze: e così ad esempio, il M5S potrebbe trovarsi a guidare le commissioni Giustizia in entrambi i rami del Parlamento per mancanza di esperti sul fronte leghista. Altro nodo, quello delle commissioni bicamerali dove è contesa aperta fra Pd e Fratelli d'Italia per il Copasir.

E proprio sulla spartizione delle presidenze che sono affidate alle opposizioni - Comitato per la sicurezza e Vigilanza Rai in testa - domani dovrebbe tenersi una nuova riunione fra Pd e Fi allargata stavolta anche al partito guidato da Giorgia Meloni. Nella riunione i deputati Dem (che puntano su Lorenzo Guerini) e quelli di Fi vorranno ascoltare parole chiare sul posizionamento di Fdi rispetto al governo. La partita del Copasir, tuttavia, si dovrebbe chiudere solo la settimana dopo i ballottaggi. I cinque stelle sarebbero pronti ad astenersi al momento di scegliere il presidente, ma i voti della Lega non dovrebbero essere sufficienti, pur se sommati a quelli di Fdi, a garantire l'elezione al partito della Meloni.

Nel frattempo, resta in stand-by anche la Vigilanza Rai, che Fi vorrebbe per sé e che potrebbe andare a Maurizio Gasparri o a Paolo Romani.

Tornando alle commissioni permanenti, il

timing sarà fissato a inizio settimana: i partiti ad ora sono però in ritardo e non hanno ancora indicato i propri componenti. Ragion per cui il presidente della Camera Roberto Fico ha inviato una lettera ai gruppi sollecitandoli a «provvedere alla designazione entro la giornata di martedì 19 giugno». Ciò non vuol dire che Lega e 5S non abbiano lavorato sui vertici delle commissioni: le commissioni Bilancio e Finanze sono state le prime a essere definite con la coppia gialloverde Pesco-Bagnai al Senato e Borghi-Ruocco alla Camera, mentre per la commissione Affari costituzionale sono in pole position la

5S Fabiana Dadone e il leghista Stefano Borghesi. La Lega fatica a trovare esperti in diritto e così sarebbe tentata dall'idea di lasciare la Giustizia ai pentastellati tanto alla Camera quanto al Senato (per la presidenza della commissione del Senato si fa il nome di Mario Giarrusso). Per la commissione Lavoro girano i nomi di Nunzia Catalfo (5S) e Andrea Giaccone (Lega) mentre per la Esteri quelli di Marta Grande e Vito Petrocelli. L'Antimafia potrebbe invece essere presieduta dal cinque stelle Nicola Morra.

Chiara Scalise



LEADER Di Maio, nuove nomine

