

Rassegna del 02/04/2019

Foglio Innovazione	6 Op-ed - Perché raffreddare l'entusiasmo facile sulla blockchain	<i>Piacentini Diego</i>	1
Sole 24 Ore	15 SisalPay nel capitale di myCicero	<i>Biondi Andrea</i>	5
MF Fashion	4 Inditex vola con l'e-commerce	<i>Palazzi Tommaso</i>	6
Corriere della Sera	21 Migliaia di foto e chat: ecco l'archivio rubato - Il sospetto di dossieraggi e ricatti con il software spia nei telefonini	<i>Buffi Fulvio - Sarzanini Fiorenza</i>	7
Repubblica	14 Le indagini dei pm a portata di hacker le intercettazioni nel server all'estero	<i>Del Porto Dario - Sannino Conchita</i>	9
Repubblica	14 Anche la casa e l'auto ci spiano ecco come rubano le nostre vite - Parla con me (e ti spierò) così auto e case intelligenti rubano i nostri segreti	<i>Foschini Giuliano - Tonacci Fabio</i>	10
Stampa	15 Software spia, quattro indagati e due società sotto sequestro	<i>Sasso Michele</i>	12
Mf	2 Tim, la tregua Elliott-Vivendi passa dalla presidenza - La tregua Elliott-Vivendi passa dalla presidenza Tim	<i>Follis Manuel</i>	13
Messaggero	20 In breve - Tim Rigoni nuovo responsabile degli acquisti	<i>...</i>	14
Sole 24 Ore	15 Intervista a Benedetto Levi - «Iliad ha dato una scossa alle tlc, sui tagli siamo un capro espiatorio»	<i>Biondi Andrea</i>	15
Economy	24 Tv, l'evoluzione della specie passa dalla banda larga	<i>Marinetti Marina</i>	17
Economy	19 Rivoluzione italiana su web, spot e tv - Pubblico pagante? No, pagato: dalla web-tv che cambia i giochi	<i>Luciano Sergio</i>	19
Economy	26 Quel viziato chiamato file sharing	<i>Scotti Marco</i>	24

op-ed

PERCHÉ RAFFREDDARE L'ENTUSIASMO FACILE SULLA BLOCKCHAIN

*Se escludiamo Bitcoin, finora la tecnologia ha generato molto marketing e poca utilità, scrive **Diego Piacentini**. Ci saranno sviluppi in futuro, ma per ora chi vuole usare la blockchain per tutto, specie nei servizi pubblici, si faccia delle domande*

*I sistemi di voto digitale
hanno già notevoli criticità,
la blockchain è
semplicemente troppo
immatura*

*I problemi tecnologici,
legati a scalabilità e
cybersecurity, saranno
risolti anche grazie a stati
e istituzioni*

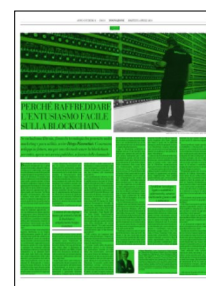
Blockchain è una tecnologia dal potenziale dirompente ma è anche una parola di moda e abusata. Fatta eccezione per le criptovalute, non è oggi la scelta ottimale per molti dei possibili campi di utilizzo per problemi tecnologici e di efficienza. Il termine viene spesso sfruttato per scopi di marketing, come quelle aziende quotate in Borsa che hanno cambiato la ragione sociale aggiungendo blockchain al solo scopo di far salire il valore delle loro azioni o quelle catene di supermercati che vogliono usarla per tracciare “la filiera del pollo” al consumatore. Altre volte il termine viene usato commercialmente in maniera impropria per descrivere prodotti che in realtà sono basati su tecnologie simili ma più semplici.

La blockchain è un tipo molto particolare di database append-only, ovvero un database nel quale è possibile aggiungere nuove informazioni in coda alle precedenti ma in cui è vietato modificare, cancellare o cambiare ordine alle informazioni inserite in precedenza conservando una storia cronologica e immutabile di transa-

zioni.

La conservazione viene eseguita in maniera distribuita su un numero sufficientemente grande di nodi di computazione gestiti da entità tra loro indipendenti, senza un coordinamento centrale o una terza parte fidata; i partecipanti raggiungono periodicamente quello che viene definito il consenso sul contenuto ufficiale del database attraverso meccanismi crittografici: in un database distribuito ogni nodo della rete detiene una copia indipendente delle informazioni e, per garantire che tutte le copie siano identiche, serve un meccanismo di allineamento e convergenza che possa dirimere, in caso di conflitto tra due copie diverse, quale sia quella valida. Questi processi sono noti come *meccanismi di raggiungimento del consenso*.

Come dimostrato dal position paper *On Scaling Decentralized Blockchains* di IC3, un'iniziativa congiunta di membri di diverse università internazionali per lo studio delle criptovalute, il funzionamento della blockchain è, a oggi, complesso, lento



e computazionalmente costoso; si stima ad esempio che sulla rete Bitcoin mondiale sia possibile eseguire meno di dieci transazioni a secondo e mediamente per ogni transazione si devono attendere decine di minuti per il completamento dell'operazione. Oltre che in termini di hardware necessario per sostenere l'infrastruttura, il costo è misurato anche e soprattutto in termini di elevato impatto energetico.

Complessità e inefficienza di questa tecnologia possono essere giustificate in alcuni contesti di nicchia nei quali si vuole che le transazioni siano certificate senza l'intervento di un'organizzazione gerarchica con un decisore ultimo. Nel caso di Bitcoin, nato subito dopo il fallimento di Lehman Brothers nel 2008 e l'inizio della crisi finanziaria mondiale, si voleva realizzare un sistema monetario senza fare affidamento sulle banche e sugli stati.

Negli ultimi dieci anni il Bitcoin e le criptovalute hanno acquisito velocemente popolarità, attirando ingenti finanziamenti in ricerca e sperimentazioni, alimentando fenomeni speculativi e generando altissime aspettative. Complici anche innumerevoli articoli e studi autorevoli, la blockchain è stata presentata come una innovazione in grado di rivoluzionare molti settori economici, anche non connessi alle transazioni economiche.

Più recentemente, tuttavia, c'è stata una inversione di rotta, che ha visto la pubblicazione da parte di illustri esperti di studi più critici e consapevoli verso l'abuso di comunicazione sulla blockchain. Ne è un esempio quello di Ferdinando Ametrano, professore dell'Università Bicocca e del Politecnico di Milano, secondo cui la blockchain è utile solo in relazione a Bitcoin. Addirittura, c'è chi, come John Burg dell'US Agency for International Development (USAID), fa notare che, nonostante ingentissimi investimenti, non ci siano ancora oggi applicazioni di successo, o chi, come Peter Alexander, Chief Digital Officer della Digital Transformation Agency del governo australiano, in uno studio giunge a una conclusione

ancora più netta per quanto riguarda l'uso della blockchain nei servizi pubblici digitali: "Per ogni uso della blockchain che potresti prendere in considerazione, oggi c'è una tecnologia migliore".

Nelle notizie che leggiamo ogni giorno sulla blockchain, vengono solitamente utilizzate due accezioni del termine, che si rifanno a due possibili campi di applicazione.

Il primo, quello delle blockchain pubbliche (*aperte*), a cui chiunque può partecipare creando un nodo della rete peer-to-peer, ricevendo una copia intera del database e potendo agire sui dati in maniera paritaria rispetto a tutti gli altri partecipanti. Questo è il caso di Bitcoin e di Ethereum. Il secondo, quello delle blockchain private (*permissioned*), nelle quali la partecipazione alla rete è riservata a un insieme controllato di attori, ai quali vengono assegnati anche vincoli sulle modalità di lettura e scrittura dei dati. Questa tipologia richiede un'organizzazione superiore o un coordinamento tra un numero ristretto di enti che definiscono le regole di partecipazione.

Oggi le blockchain pubbliche si reggono solo se c'è un incentivo economico per i gestori dei nodi che devono essere remunerati per i costi. Ne consegue, quindi, che solo il caso monetario (come per i Bitcoin) ha un senso dal punto di vista della sostenibilità economica. Esse, come dimostra l'interessante articolo *Blockchains don't scale. Not today, at least. But there's hope.* di Preethi Kasireddy su Hacker Noon hanno inoltre un problema di scalabilità, ovvero vanno in crisi all'aumentare del volume dei dati scambiati, obbligatoriamente anche memorizzati. Un altro problema è che complicano la coordinazione degli aggiornamenti al software, che occorre applicare periodicamente a tutti i nodi per correggere i bug e stare al passo dell'evoluzione tecnologica, come evidenziato da Adam Frisby, CEO di Sinespace, in un suo articolo per VentureBeat.

Per le blockchain private, invece, i problemi sono soprattutto legati alle inefficienze e ai costi del loro utilizzo come soluzione database, oltre che all'insufficiente stabilità dal punto di

vista della cybersecurity. Il vantaggio per eccellenza della blockchain, l'impossibilità di modificare i dati memorizzati, viene reso vano quando si usa questo strumento in un contesto dove uno o pochi attori hanno il controllo sull'intera rete e la gestiscono per tutti gli altri partecipanti.

Problema comune a tutte le tipologie di blockchain, come per tutti i database, è che non viene data alcuna garanzia sulla qualità dei dati contenuti. Garantiscono sì che i dati inseriti siano integri rispetto a ciò che è stato inserito all'origine, ma non che siano anche corretti: se il dato è stato inserito sbagliato alla fonte rimarrà tale. Mano a mano che le difficoltà emergono, molti dei progetti di ricerca su blockchain vengono abbandonati o riconvertiti su tecnologie tradizionali, ma tendono a non perdere il nome "blockchain"!

A mio avviso le soluzioni della blockchain non sono ancora mature a sufficienza per essere adottate su larga scala in sistemi critici come quelli che le Pubbliche amministrazioni usano per trattare i dati dei cittadini.

La funzione principale di ogni stato è fatta di poteri costituiti che creano le regole, le aggiornano e ne garantiscono l'applicazione. Non sembra quindi ottimale, per i servizi pubblici, usare uno strumento che ha come principale vantaggio la rimozione di un controllo superiore e di fatto la negazione delle istituzioni. Sulla scia di questo recente entusiasmo verso la blockchain, si sta incoraggiando l'utilizzo di questa tecnologia in riferimento al sistema di voto. Il voto elettronico presenta dei rischi di sicurezza elevatissimi già con tecnologie ordinarie e consolidate, come hanno dimostrato gruppi hacker *white hat* come il Chaos Computer Club, esponendo delle vulnerabilità. Utilizzare sistemi immaturi e ancora in fase di studio approfondito come la blockchain potrebbe moltiplicare i problemi di sicurezza e creare un target naturale sia per hacker individuali sia per unità di cyberwar organizzate.

Questi problemi, legati soprattutto a scalabilità e cybersecurity e figli spesso di una immaturità tecnologica, sicuramente avranno soluzioni fu-

ture, anche grazie agli interessamenti da parte di stati e istituzioni, come l'Unione europea, che di recente ha allocato 340 milioni di euro, o l'Italia, che ha creato un fondo con una dotazione di 15 milioni e assoldato un gruppo di esperti presso il ministero dello Sviluppo economico.

Prendendo spunto da un accurato articolo di Gideon Greenspan per Coin Center, *Do you really need a blockchain for that?*, si possono elaborare semplici criteri da seguire per decidere se l'opzione blockchain possa essere davvero utile in un progetto:

1. Si vuole creare un database condiviso con altri attori e organizzazioni, e mettere in comune le informazioni che si sta raccogliendo nel database?

2. Si richiede che gli attori del sistema possano scrivere in parallelo sul database?

3. Si ritiene necessario registrare in maniera immutabile tutta la storia delle modifiche impedendo a chiunque (incluso se stessi) di aggiustare o cancellare i valori passati?

4. Si vuole evitare a tutti i costi un intermediario fidato che operi sul database eseguendo comandi per nostro conto?

5. Le transazioni eseguite dai vari attori interagiscono tra loro, creando interdipendenze tra i dati?

Se almeno una delle cinque domande ha ricevuto risposta negativa allora sicuramente si può risolvere il problema con una tecnologia più semplice e con migliori performance rispetto alla blockchain. Se, invece, tutte e cinque le domande hanno ricevuto risposta positiva, la blockchain potrebbe essere una soluzione sensata.

Sono ottimista sulla potenziale estensione della blockchain a nuovi settori, anche perché molti dei problemi esposti verranno probabilmente risolti nel tempo. Ma raffreddiamo gli entusiasmi di chi la vuole usare correntemente ovunque, soprattutto nella Pubblica amministrazione.

(alla stesura di questo articolo ha contribuito Simone Piunno)

Diego Piacentini è stato Commissario Straordinario per l'attuazione dell'Agenda Digitale per la Presidenza del Consiglio dei Ministri pro bono dall'agosto 2016 a ottobre 2018, fondando il Team per la Trasformazione Digitale. Dal 2000 ha ricoperto il ruolo di Senior Vice President International per Amazon per 16 anni. In precedenza ha lavorato per 12 anni in Apple, concludendo come General Manager Europe. Oggi è investitore in numerose startup, membro del CdA e Comitato Esecutivo dell'Università Bocconi, mentor di Endeavor Global, oltre che cofondatore e componente del Board di Endeavor Italia

(Credits foto: PAOLO TRE/A3/CONTRASTO/laiif)



PAGAMENTI DIGITALI**SisalPay nel capitale di myCicero**

Un'operazione che per SisalPay significa l'ingresso nel mercato del *mobility ticketing* con l'ingresso nel capitale di una delle digital company più dinamiche in questo settore.

L'azienda dei servizi di pagamento del Gruppo Sisal, controllato dal colosso finanziario del private equity Cvc, entrerà al 30% nel capitale di myCicero: piattaforma digitale attiva in Italia nel mobility e parking ticketing che opera in città come Roma o, per esempio, Milano dove permette con la propria app il pagamento di tutti i servizi di mobilità tra cui parcheggi, accesso ad aree Ztl o Area C, pagamento di biglietti di treni, autobus e metro.

«L'investimento in myCicero conferma la volontà di SisalPay di accelerare sull'innovazione e sui pagamenti digitali», dice Francesco Maldari, Responsabile payments and services del Gruppo Sisal, segnalando che SisalPay «individua così nella mobilità un nuovo fronte ad alto potenziale su cui investire in ottica di crescita e diversificazione della propria offerta».

L'investimento complessivo è stato tutto sommato contenuto, del valore di 3,5 milioni di euro, per un'azienda come SisalPay i cui ricavi si sono attestati sui 183 milioni di euro nel 2017 (180 milioni nel 2016) con crescita proseguita nei primi 9 mesi del 2018 vista la salita dei ricavi del business a 140 milioni (contro i 136 dei primi 9 mesi 2017), mentre la raccolta (9,5 miliardi in tutto nel 2017) è cresciuta del 5 per cento.

— **Andrea Biondi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Borsa

INDITEX VOLA CON L'E-COMMERCE (+27%)

Le vendite digitali del gruppo di fast fashion, pari al 14% del fatturato, sono aumentate a 3,2 miliardi di euro

Le vendite digitali di Inditex sono aumentate del 27% a 3,2 miliardi di euro, a dimostrazione dell'efficacia del modello di retail integrato dell'azienda. Le vendite online, infatti, rappresentano oggi il 14% delle vendite totali del gruppo nei mercati in cui ha introdotto il suo modello integrato, e l'amministratore delegato Pablo Isla punta ad espandere il sistema su tutto il suo portafoglio marchi in ogni paese del mondo entro il 2020 (vedere *MFF* del 5 settembre). I siti di e-commerce del gruppo Inditex hanno ricevuto complessivamente 2,9 miliardi di visite nel 2018, 500 milioni in più rispetto all'anno precedente e 900 milioni in più rispetto al 2016. A questi dati in crescita, va aggiunto il numero record di ordini effettuati su internet, ben 9.500 al minuto. A novembre, Zara ha dato il via al progetto lanciando il suo negozio digitale globale in 106 mercati (vedere *MFF* dell'8 novembre). Nel 2019, sia le vendite online che le vendite fisiche dell'azienda sono aumentate del 7% a cambi costanti tra il 1° febbraio e il 9 marzo. Il gruppo spagnolo ha chiuso il 2018 con vendite per 26,15 miliardi di euro e un utile netto di 3,44 miliardi (+2%). Il management, tuttavia, si aspettava aumenti del 12% per i profitti e del 7% per il fatturato (vedere *MFF* del 13 marzo). Quando si valutano i risultati di Inditex, è importante guardare alla concorrenza e confrontare i suoi progressi con quelli di altri giganti del fast fashion. Primark ha finora mantenuto la sua politica di tenersi fuori dall'e-commerce, preferendo raddoppiare la sua rete brick and mortar. Per quanto riguarda H&M, il fatturato online del gruppo è cresciuto del 22% nel 2018 a 30 miliardi di corone svedesi (circa 3 miliardi di euro), pari al 14,5% del fatturato totale dell'azienda. Nel 2017, il 45% degli investimenti del retailer, circa 600 milioni di euro, è stato dedicato allo sviluppo delle sue attività online. Nello stesso anno, il marchio catalano di moda Mango ha registrato un incremento del 15,4% delle vendite online, raggiungendo i 339,2 milioni di euro, pari al 15,5% dei ricavi totali dell'azienda. (riproduzione riservata) **Tommaso Palazzi**



Lo store Zara a Milano



GLI HACKER CHE LAVORAVANO PER I PM

Migliaia di foto e chat: ecco l'archivio rubato

di Fulvio Bufi e Fiorenza Sarzanini

Intercettazioni illegali. Sono 4 gli indagati nelle aziende che lavoravano per i pm. Gli hacker avevano creato un archivio riservato utilizzando un server e li hanno scaricato migliaia di foto, video, conversazioni private.

a pagina 21

INTERCETTAZIONI ILLEGALI LE CARTE Il sospetto di dossieraggi e ricatti con il software spia nei telefonini

Napoli, 4 indagati nelle aziende che lavoravano per i pm. Scaricati video, foto e chat

di Fulvio Bufi
e Fiorenza Sarzanini

NAPOLI Avevano creato un archivio riservato utilizzando un server di Amazon in Oregon e li hanno scaricato migliaia di foto, video, conversazioni private via WhatsApp e altre applicazioni di messaggi, registrazioni di colloqui. Dati segreti ottenuti effettuando le intercettazioni ambientali e telefoniche per conto dei magistrati, ma anche spiando illegalmente migliaia di computer e telefonini. Sono clamorosi i risultati dell'inchiesta dei magistrati di Napoli sulle due società informatiche *eSurv* e *Stm*, titolari dell'appalto con le Procure di mezza Italia. E non è finita perché adesso si indaga per scoprire l'identità di chi ha utilizzato quelle informazioni, ma soprattutto come le ha utilizzate. Perché il sospetto evidente è che siano servite anche a svolgere attività di dossieraggio e di ricatto. Senza escludere il coinvolgimento di appartenenti ai servizi segreti italiani o stranieri. Per questo sono stati indagati i quattro titolari delle aziende — Marisa Aquino e Vito Tignanelli per *Stm* e Giuseppe Fasano e Salvatore Ansani di *eSurv* — con l'accusa di violazione delle norme sul trattamento dei dati personali e la frode in pubbli-

ca attività.

Le app «spia»

Il sistema utilizzato per le intercettazioni illegali era apparentemente semplice: la società inviava una mail o invitava la persona scelta come «bersaglio» a scaricare una app sul telefonino. Quelle individuate sinora sono molto utilizzate perché relative a offerte speciali oppure alla manutenzione degli smartphone. Nel primo elenco compaiono «operatore.italia», «it.offertetelefonicheperte», «it.servizipremium», «assistenza.sim», «assistenza.linea.riattiva», «assistenza.linea», «it.promofferte», ma altre verifiche sono in corso. Al momento di scaricarle, ma in alcuni casi anche solo aprendo la mail, si è attivata la captazione e i dati sono finiti nel server segreto. È stata la Finanza ad accorgersi delle anomalie, e i controlli effettuati dai carabinieri del Ros e dalla polizia postale su delega del procuratore Giovanni Melillo hanno consentito di scoprire questo incredibile mercato di informazioni segrete. Quanto bastava per convincere Ansani ad ammettere «di aver creato e inserito in rete in via preventiva e senza alcuna autorizzazione una serie di "app mascherate" apparentemente innocue e di comune utilizzo ma che in realtà contenevano il "virus" che consentiva il funzionamento al

captatore informatico, e quindi chiunque sino ad oggi abbia scaricato l'applicazione avrebbe introdotto anche il captatore informatico con la conseguenza di essere esposto a intercettazione dei propri dati e delle proprie comunicazioni».

I dati dei pm

Oltre che per la Procura di Benevento — che per prima ha individuato la «falla» — le società sotto inchiesta gestivano le intercettazioni per gli uffici giudiziari di Roma, Milano, Napoli e altre città. Ma archiviavano i dati altrove. Scrivono i pm nel decreto di sequestro delle aziende: «È stato accertato che il server della Procura è privo sia di sistema operativo, sia di qualsiasi tipologia di dati cifrati, rendendolo di fatto "un mero oggetto privo di qualsiasi funzione": pertanto i dati sensibili relativi alle intercettazioni non si trovano ove avrebbero dovuto essere allocati, ma all'estero sulla piattaforma Amazon». E soprattutto sono stati rubati da persone di cui



al momento non si sa nulla. Chi effettuava l'accesso ai fascicoli giudiziari poteva acquisire «il numero del procedimento penale e la Procura competente, il numero di Rit (registro delle intercettazioni telefoniche), il grado e nominativo degli operatori di polizia giudiziaria», dunque conoscere lo stato delle inchieste in corso. Ma non è tutto. Perché le verifiche effettuate dagli specialisti del Ros hanno accertato che «le Imei utilizzate per gli accessi ai dati riguardano altri procedimenti penali, sono in uso ad altri organi di polizia giudiziaria» e soprattutto «sono in uso a persone da identificare».

Utente e password

E ancora: «È stato accertato che è possibile accedere ai dati, sempre disponibili, collegandosi direttamente alla piattaforma Exodus senza utilizzare il servizio installato presso l'ufficio giudiziario». Chiunque «in possesso di "nome utente" e "password" può liberamente accedere alla piattaforma senza filtri diversi». Gli analisti hanno pure scoperto che «tra le applicazioni ce n'è una chiamata "Tcpdump" che consente la raccolta e l'analisi dei dati in transito sul dispositivo e la relativa lettura finalizzata a scoprire cosa viene trasmesso o ricevuto e eventuali credenziali di accesso non cifrate usate da applicazioni e non necessariamente attivate da chi ha in uso il dispositivo». Resta da scoprire quante persone avevano ottenuto quei codici di accesso.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

25

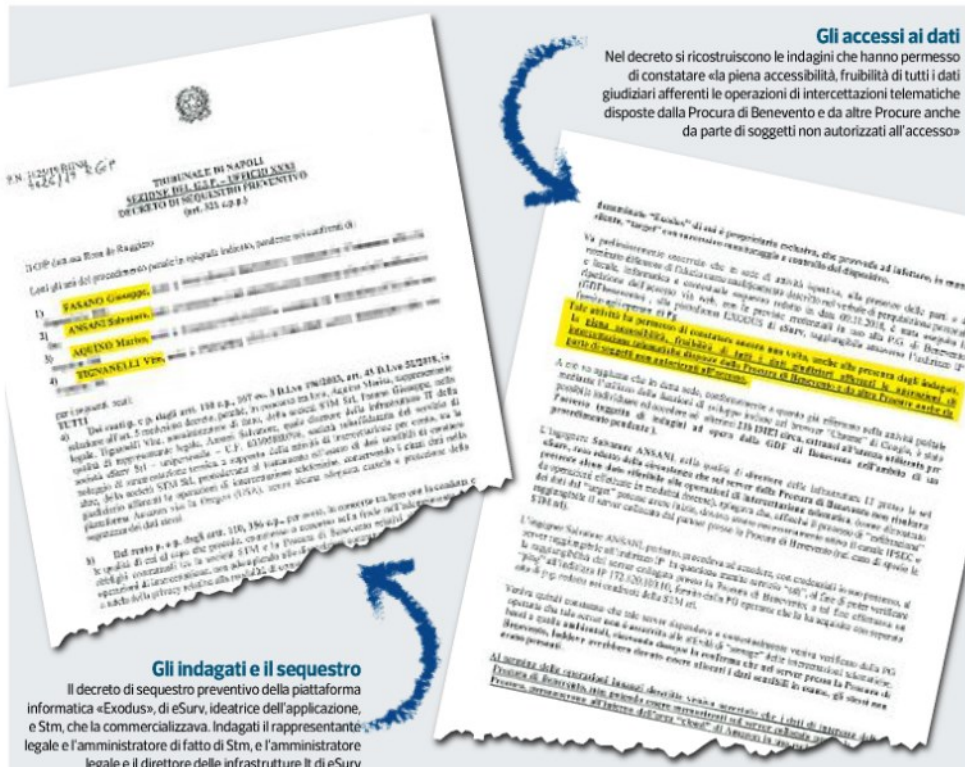
Le app ritenute maligne perché contenenti nel loro codice di base lo spyware «Exodus». Le app sarebbero state installate su circa mille numeri di telefono italiani

La parola

EXODUS

È il nome che gli esperti di Security Without Borders hanno dato allo spyware identificato in 25 applicazioni per telefonini con sistema operativo Android. Lo spyware (software malevolo che controlla a distanza un dispositivo) sarebbe stato operativo tra il 2016 e l'inizio del 2019 e avrebbe funzionato in due fasi. Nella prima l'app raccoglieva le informazioni di base del telefonino (il codice Imei della Sim, il numero di telefono), nella seconda vedeva e sentiva quello che avveniva nel dispositivo

Le carte



Lo scandalo delle sorveglianze illegali

Le indagini dei pm a portata di hacker le intercettazioni nel server all'estero

Quattro persone sotto accusa per il software usato per controllare i telefonini e fornito pure alle procure. Uno confessa: ho diffuso la trappola informatica senza autorizzazioni

DARIO DEL PORTO

CONCHITA SANNINO, NAPOLI

Destinazione Oregon, Usa. Uno sterminato "archivio" digitale con i dati sensibili di innumerevoli cittadini italiani è ancora lì, su un server di Amazon: con il rischio di «finire sulla rete internet pubblica», utile a scopi anche inquietanti, attività di dossieraggio o lavoro di apparati d'intelligence. È l'allarme del gip Rosa De Ruggiero, dopo lo scandalo sul software per investigazioni *Exodus*.

L'inchiesta della procura di Napoli ha ormai accertato come migliaia di messaggi e conversazioni intercettate – o su persone indagate per conto delle Procure di mezza Italia, o su ignari cittadini illecitamente controllati attraverso virus-spia – siano finiti all'estero, senza alcuna protezione, in uno spazio *cloud* acquistato sulla piattaforma internet americana. Nel materiale che scotta, anche indagini della Dcsa, la Direzione centrale antidroga. Tutto in violazione della legge sulla privacy, e all'insaputa delle forze di polizia e dei pm.

È quanto emerge dalle indagini coordinate in prima persona dal procuratore Gianni Melillo – pm Curatoli e Onorato, del pool cyber-crime già costituito presso la

procura – dopo il sequestro di due società: la calabrese *eSurv* produttrice del software (*Exodus*), e la *Stm srl* che ne acquistava i servizi e li forniva alle procure, risultando vincitrice di appalti in varie città. Quattro gli indagati. Ma ora i magistrati dovranno rispondere alla domanda centrale: esistono burattinai, in questa storia? E che veste e quali obiettivi hanno? Uno scenario tutto da comporre: e gira intorno alla trama che dalla profonda Calabria risale lo Stivale e arriva in tutto il mondo.

Sotto inchiesta finiscono – per ora – Giuseppe Fasano, 76enne rappresentante legale di *eSurv*, Salvatore Ansani, 43enne ingegnere informatico e direttore delle infrastrutture della stessa società, Maria Aquino e Vito Tignanelli, rispettivamente rappresentante legale e amministratore di fatto della *Stm*. Rispondono tutti di violazione della privacy e frode in pubbliche forniture; ma Ansani e Fasano anche di intromissione abusiva in sistema informatico. Uno scenario inquietante che si basa su alcune ammissioni. È stato Ansani, messo alle strette durante i primi accertamenti della procura di Benevento, a rivelare di aver inondato la rete di numerose app per cellulari che, una volta scaricate da ignari cittadini, funzionavano esattamente come virus-spia: infettavano i telefonini, trasformandoli in microcamere fuori da ogni controllo, men che meno giudiziario. Le motivazioni? Erano dei test, è la singolare risposta di Ansani. Ma il contagio allarma il gip che ha disposto il sequestro. E avverte: quei dati potrebbero essere «usati per le finalità più varie».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'inchiesta

Anche la casa e l'auto ci spiano ecco come rubano le nostre vite

Giuliano Foschini e Fabio Tonacci

Mentre leggete questo articolo è possibile che qualcuno vi stia ascoltando. Se siete a casa, la spia potrebbe essere uno di quegli assistenti vocali come Amazon Echo, Google Home Mini e Apple HomePod. O magari la smart tv che avete autorizzato a funzionare attraverso

comandi impartiti con la voce. Se invece siete in auto, rischiate di essere registrati dal microfono che avete sopra la testa, collegato al computer di bordo connesso a sua volta alla Rete con una sim card. Esattamente come il vostro cellulare.

pagina 14

L'inchiesta I pericoli dei sistemi vocali

Parla con me (e ti spierò) così auto e case intelligenti rubano i nostri segreti



Così ci spiano

2

GIULIANO FOSCHINI
FABIO TONACCI, ROMA

Mentre leggete questo articolo è possibile che qualcuno vi stia ascoltando. Se siete a casa, la spia potrebbe essere uno degli assistenti vocali come Amazon Echo, Google Home Mini e Apple HomePod. O magari la smart tv che avete autorizzato a funzionare attraverso comandi impartiti con la voce. Se invece siete in auto, rischiate di essere registrati dal microfono che avete sopra la testa, collegato al computer di bordo connesso a sua volta alla Rete con una sim card. Esattamente come il vostro cellulare, su cui avete installato decine di app gratuite che possono aprire il microfono senza avvertirvi. Se Internet, dunque, vi ha proposto via mail o con un'inserzione pubblicitaria su Facebook proprio il prodotto di cui avevate appena parlato – e solo parlato, senza cercarlo sul web – con un amico, la colpa non è del caso. Ma di una di quelle orecchie digitali che accumulano silenziosamente informazioni e le spediscono da qualche parte nel

cloud dei colossi del web.

L'abitazione smart

In questo momento il luogo più "pericoloso" è proprio casa vostra: ci sono gli assistenti vocali, appunto, ma anche il frigorifero smart, l'aspirapolvere e il robot da cucina azionabili dal telefonino, la tv intelligente. C'è l'Internet delle cose, insomma. Tutto ciò che va online e possiede una telecamera o una videocamera, può registrare. Ed essere controllato da intrusi. Due anni fa è successo: un hacker ha scoperto una falla nel sistema di protezione degli aspirapolveri Lg, è penetrato nella rete interna e attraverso la telecamera della tv ha guardato per giorni ciò che succedeva in quella casa. Lo stesso può accadere con le vetture. Spiega l'informatico Michele Ferrazzano, consulente di alcune procure italiane e docente universitario che studia da anni i rischi delle auto connesse. «Le vetture hanno computer di bordo con microfoni integrati, che servono per gestire situazioni di emergenza come un incidente, ma allo stesso tempo tracciano l'automobilista carpendo le sue parole».

Ascoltati a nostra insaputa

Ma è lecito? La maggior parte delle volte, sì. Siamo noi ad accettare senza leggere le clausole della privacy. Prendiamo Siri, l'assistente vocale di Apple. «Quando utilizzi Siri – riporta il

consenso informato – il dispositivo invierà ad Apple anche altre informazioni, quali: il tuo nome e il tuo soprannome; i nomi e i soprannomi dei tuoi contatti e la relazione che hanno con te; i nomi dei brani delle tue raccolte, i nomi dei tuoi album fotografici e i nomi delle app installate sul tuo dispositivo». Ovviamente spiegano che tutto ciò serve per aiutare Siri a riconoscere le domande poste dall'utente, e che la registrazione si attiva solo dopo una parola chiave, in questo caso "Hey Siri". «Ma – osserva Gerardo Costabile, ex finanziere e fondatore della società di cybersecurity DeepCyber – è fin troppo ovvio dire che sono sempre accesi, altrimenti non potrebbero reagire alla parola chiave. I dispositivi che registrano l'audio imparano il vocabolario di chi parla, e questo gli consente di rendere la profilazione ancor più invasiva e personale».

Il grande sospetto

Ufficialmente i padroni dei Big



Data negano che i loro microfoni registrino quando non sono stati attivati dalla parola chiave. E sostengono che ogni 10 secondi ciò che viene captato è cancellato con un rumore di fondo. Due "incidenti", però, uno in Germania nel dicembre scorso, l'altro negli Stati Uniti, dimostrano che la faccenda dei microfoni è tutt'altro che pacifica. A un ragazzo tedesco, infatti, Amazon ha inviato una mail con 1.700 file audio registrati nella casa di uno sconosciuto. Mentre le chiacchiere private di una coppia di Portland sono state registrate a loro insaputa da Alexa (l'assistente vocale di Echo) e il file audio è stato inviato a un loro amico a Seattle. «Un errore umano», è stata la giustificazione per il primo "incidente". Per il secondo, i tecnici della società di Jeff Bezos hanno attribuito la colpa a «una concatenazione di improbabili eventi: Echo si è acceso perché ha percepito una parola simile a quella di attivazione ("Alexa") e ha spedito l'audio perché ha mal interpretato pezzi di dialogo». In Italia il professor Stefano Fratepietro, già amministratore delegato di Tesla Consulting, sta conducendo un progetto di ricerca sugli assistenti vocali. «Non credo al Grande Fratello che ci ascolta h24, anche perché la mole di informazioni trasmessa via Internet nei database di Amazon non è compatibile, finora, con tale ipotesi».

Il rischio spionaggio industriale

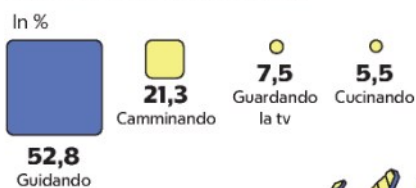
Non sono solo le grandi compagnie a volerci ascoltare. «Si rischia anche dello spionaggio industriale – ipotizza Ferrazzano – craccare i computer di bordo delle auto di lusso, dove viaggiano dirigenti di alto livello, non è impossibile: nei veicoli molte componenti informatiche sono a basso costo e con un livello ridotto di protezione. Basta anche solo penetrare nel sistema che regola la pressione degli pneumatici per attivare il microfono interno». E trasformare l'auto in una cabina d'ascolto.

– 2. continua

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le ricerche vocali

Quando si fanno ricerche vocali



1 miliardo i dispositivi che nel mondo offrono accesso ad assistenti virtuali



Cosa si cerca



Automobili

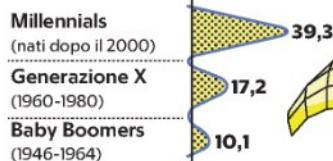
Si possono raccogliere dati e audio quando si connette lo smartphone:

- Navigatore
- Microfono bluetooth
- Indicatori auto (es. spie pneumatici)



Le ricerche vocali in base all'età

Dati 2018, in %



Fonti: Gartner, Voicebot, eMarketer, Canalis, Seotribunal



Software spia, quattro indagati e due società sotto sequestro

MICHELE SASSO

Conversazioni e altri dati intercettati dalle Procure durante le attività di indagine che invece di rimanere sui server degli uffici giudiziari finivano in Oregon (Usa): è quanto ha scoperto nei mesi scorsi il pool cybercrime della Procura di Napoli che a febbraio ha messo sotto indagine quattro persone e ottenuto il sequestro di due società specializzate nelle intercettazioni per la Polizia, la e-Surv srl di Catanzaro e la Stm srl. Tutto ruotava intorno al sistema spyware Exodus, uno strumento in dotazione agli investigatori con il quale era possibile tenere sotto totale controllo le attività telematiche degli indagati, anche le cosiddette «non intercettabili». Le informazioni «giudiziarie», però, invece di essere stoccate nelle unità di storage installate delle Procure venivano trasferite su un'area cloud di Amazon, illegalmente di esclusivo appannaggio della e-Surv.

Intercettati per sbaglio

Il software, realizzato per intercettare persone su richiesta della magistratura, sia registrando le conversazioni telefoniche, sia acquisendo i dati della rubrica e degli spostamenti del soggetto, avrebbe spiato erroneamente centinaia di ignari cittadini

che avevano scaricato le applicazioni. I quattro indagati sono il rappresentante legale e l'amministratore di fatto di Stm srl, e l'amministratore legale e il direttore delle infrastrutture It di e-Surv. A tutti vengono contestati, tra l'altro, la violazione delle norme sul trattamento dei dati personali e la frode in pubblica attività. Sono state le continue interruzioni delle connessioni di rete tra client e server, qualche mese fa, durante un'intercettazione, a dare il via agli accertamenti grazie ai quali è stato poi possibile scoprire l'attività illegale dello spyware Exodus. Il software di e-Surv, una volta «sbarcato» sul dispositivo attraverso i sistemi tradizionali - leggendo una mail o scaricando un allegato o una app per smartphone - monitora e controlla in maniera silente le attività del dispositivo trasferendo le informazioni «segrete» laddove non dovevano stare: sulla Rete.

La Stm, che commercializza Exodus, ha venduto il sistema anche ad altre quattro aziende della provincia di Frosinone di Latina e di Caltanissetta, tutte vincolate da un accordo che ne prevede il noleggio solo per le intercettazioni «ufficiali». Dai controlli sui dati stoccati sul cloud di Amazon è emerso che non erano criptati e soprattutto che c'erano anche informazioni di persone «normali» non messe sotto indagine. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Tim, la tregua Elliott-Vivendi passa dalla presidenza

I francesi già da settimane chiedono la sostituzione di Fulvio Conti. Dopo i primi nomi, di fatto bruciati, la scelta potrebbe ricadere su una figura terza, vicina alla Cdp

Follis a pagina 2

La tregua Elliott-Vivendi passa dalla presidenza Tim

di Manuel Follis

Piazza Affari il giorno dell'assemblea, ossia il 29 marzo, ha festeggiato la tregua tra Elliott e Vivendi, i due grandi azionisti privati di Tim. Ma già ieri le azioni Telecom Italia sono tornate a scendere, chiudendo in calo dell'1,7% a 0,545 euro. Per molti investitori si tratta del segnale che la strada per riportare il sereno sul titolo non sarà né rapida né priva di ostacoli. Gli analisti ieri notavano come «il nuovo scenario potrebbe rendere più probabile una conversione delle risparmio, che avrebbe il beneficio di semplificare la struttura del capitale, ridurre l'uscita di cassa legata ai dividendi garantiti alle risparmio e rendere più facile un eventuale progetto di separazione della rete». Dietro le quinte, già a margine dell'assemblea la conversione era ritenuta il primo banco di prova della tregua tra Elliott e Vivendi. Secondo quanto risulta a *MF-Milano Finanza* i francesi già da settimane chiedono (in cambio della pace) cambiamenti nel board e hanno messo nel mirino la figura del presidente, Fulvio Conti, di cui avrebbero chiesto una sostituzione fino a poche ore prima dell'assemblea.

I due azionisti, le cui trattative sono seguite a distanza dalla Cdp (ormai il secondo azionista di Tim con il 9,89%), continuano a discutere di eventuali presidenze alternative: Elliott avrebbe ipotizzato di affidare l'incarico a Franco Bassanini, Vivendi avrebbe invece proposto Paola Severino, nomi di fatto bruciati che portano a pensare che la scelta potrebbe alla fine ricadere su una figura terza, vicina alla Cdp. I tempi per un avvicendamento (se mai ci sarà) potrebbero però non essere brevi. Prima di qualsiasi cambiamento, Elliott dovrà verificare le «buone intenzioni» di Vivendi. La conversione delle risparmio sarà come detto un primo banco di prova, cui poi farà seguito la valorizzazione della rete e l'alleanza con Open Fiber. Gli incontri in questo senso procedono da settimane, portati avanti per Tim da Carlo Nardello, Agostino Nuzzolo, Carlo Filangieri e Giovanni Moglia e per Open Fiber da Stefano Paggi, Filipa Jorge Ramos e Francesco Nonno. (riproduzione riservata)



**IN
BREVE****TIM**
**Rigoni nuovo responsabile
degli acquisti**

Federico Rigoni è il nuovo chief procurement unit & real estate officer del gruppo Tim a diretto riporto dell'ad Luigi Gubitosi, e avrà la responsabilità di assicurare a livello di Gruppo, le attività di vendor assessment e gestione dei processi di acquisto, il presidio dei mercati di acquisto dei prodotti.

The thumbnail shows a page from a newspaper, likely containing a table of data or a list of items. The text is too small to read, but the layout suggests a structured table with multiple columns and rows.

«Iliad ha dato una scossa alle tlc, sui tagli siamo un capro espiatorio»

INTERVISTA

BENEDETTO LEVI

Ricavi del settore frenati dalla fatturazione mensile e costi del roaming nella Ue

Non rimoduleremo le tariffe esistenti, e per quelle future vedremo che offerte lanciare

Andrea Biondi

«**C**i usano come capro espiatorio per addebitarci tutte le colpe del mondo. Noi al contrario portiamo vantaggi ai consumatori, ma anche alla *industry*». Benedetto Levi, ceo di Iliad Italia, si avvicina a tirare le somme di un anno (a fine maggio) dall'ingresso sul mercato italiano accompagnato dall'etichetta di «miglior lancio della storia di un operatore mobile», come comunicato in occasione dei conti 2018. Ma la telco è sempre più spesso chiamata in causa dal mercato in base a questa equazione: abbassamento dei prezzi uguale distruzione di valore. Il tutto portando, a cascata, a esuberi come quelli di cui si sta discutendo in Vodafone, o trasferimenti di personale da Roma a Milano per Wind Tre. «È una narrazione che fa comodo agli altri operatori, ma che non corrisponde alla realtà. Ed è paradossale che non si tenga conto di una semplice considerazione».

Quale?

Più aumenta la concorrenza sul mercato e più gli operatori devono investire per creare un servizio differenziante e di qualità. Investimenti creano qualità e posti di lavoro, non il contrario.

Però è chiaro che l'avvitamento al

ribasso dei prezzi è un problema per il mercato.

Le questioni che hanno impattato, se parliamo dei cali di fatturati, sono altre. Nel 2018 c'è stato il ritorno alla fatturazione mensile da quella a 28 giorni. L'anno precedente c'è stata la cancellazione dei sovraccosti di roaming nella Ue. C'è poi il sempre maggior utilizzo dei servizi "Ott" che hanno ridotto significativamente l'uso di sms.

Anche i sindacati hanno espresso timori per le vostre politiche.

Il messaggio secondo cui è tutta colpa di Iliad non è partito dai sindacati, ma da alcuni operatori. Come ho detto, credo che le cause siano altre.

E queste cause non la preoccupano per la tenuta del business della stessa Iliad in Italia?

Absolutamente no. Crediamo che ci sia ancora spazio per portare innovazione in questo settore meno in crisi di quanto si dice e in cui, non va dimenticato, gli altri operatori hanno responsabilità storiche che poi sono le stesse che ci hanno aiutato ad avere successo. Prima del nostro arrivo abbiamo fatto molte ricerche osservando che gli operatori italiani erano fra i meno amati dai clienti. Non creare una relazione con l'utenza basata su fiducia e trasparenza è stato il vero problema.

Ma questo livello di prezzi è sostenibile o, come si dice, lo alzerete?

Rimarremo fedeli alla politica della semplicità delle offerte, senza costi nascosti e con tariffe garantite per sempresenza rimodulazioni per i clienti. Per il futuro vedremo quali offerte lanciare. Finora a ogni premium price sulle nuove tariffe abbiamo aggiunto 10 Giga in più di dati.

Certo l'andamento del gruppo in generale non è granché. Il titolo è più che dimezzato dai massimi di metà aprile 2018. E i profitti nell'ultimo

esercizio sono scesi del 18,5% annuo. Quello che commenta è l'andamento del mercato italiano. La Francia ha altre dinamiche.

Allora, parlando dell'Italia avete chiuso l'anno con 52 milioni di rosso. E per il 2019 aumenterà. Se i risultati non brillano anche la casa madre potrebbe avere ripensamenti?

Lo escludo. Una perdita in fase di startup è ampiamente prevista e il giudizio sull'Italia è positivo e privo di zone d'ombra, con il raggiungimento di 2,8 milioni di utenti in 7 mesi, un fatturato sui 125 milioni e un livello di apprezzamento molto alto.

Ma c'è stato anche un rallentamento nelle acquisizioni di clientela negli ultimi mesi.

Quello di Iliad è il lancio di maggior successo nella storia degli operatori mobili in Italia. E questo ci fa pensare di essere sulla strada giusta per avanzare verso il nostro obiettivo di break even che, come abbiamo confermato, è raggiungibile sotto al 10 per cento.

Andrete sul fisso per guadagnare quote di mercato?

Ce lo chiedono in tanti utenti perché le problematiche su costi nascosti e mancata trasparenza ci sono anch'essi. Possibile per il futuro. Ma al momento la nostra priorità è il mobile.

Per il quale state lavorando sulla rete. Potreste essere interessati all'operazione che Wind Tre sta imbastendo sui suoi asset con la socializzazione di una parte dei siti?

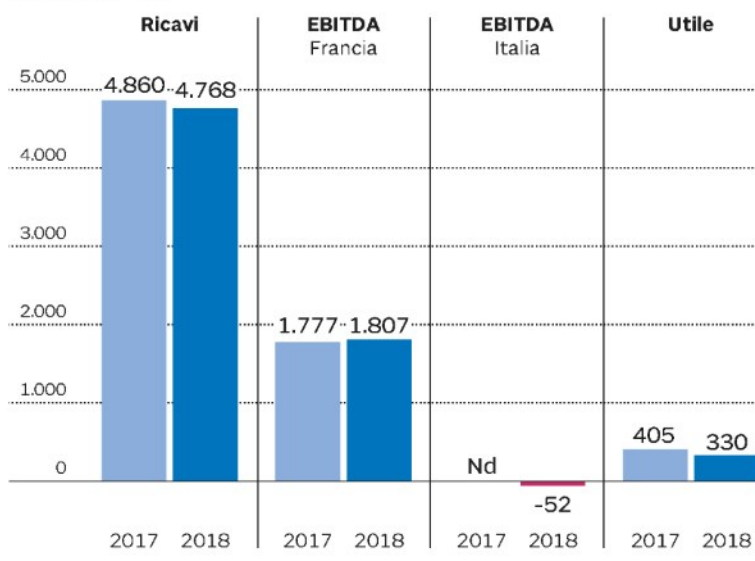
Abbiamo l'obiettivo di arrivare a 3.500 siti a fine 2019 fra quelli acquistabili da Wind Tre, ma anche in affitto da Cellnex o Inwit con cui abbiamo accordi, o da realizzare ex novo. Quello di Wind Tre è un progetto al quale non stiamo guardando.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il conto economico di Iliad

In milioni di euro



Fonte: Iliad

ANSA



Al vertice in Italia. Benedetto Levi



Tv, l'evoluzione della specie passa dalla banda larga

La televisione come l'abbiamo conosciuta sta diventando un pallido ricordo. Sia per questioni tecnologiche che per le abitudini e le richieste del pubblico, che stanno cambiando molto rapidamente. Ecco come.

di Marina Marinetti

Col senno di poi, quel Content is king che Bill Gates profetizzò a proposito della diffusione di Internet nell'ormai lontano 1996 assume sempre di più i contorni di un business plan e sempre meno quelli di una profezia. E in effetti il suo era un profetico business plan: «Il contenuto è dove mi aspetto che verranno fatti più soldi su Internet, proprio come accadeva nelle trasmissioni radio-televisive». Dopo un quarto di secolo scarso, possiamo dire che aveva ragione Bill Gates. Ma anche Charles Darwin. Perché nell'evoluzione del modello televisivo non manca nulla del darwinismo: mutazione, selezione, speciazione. E, soprattutto, adattamento all'habitat, nella fattispecie la banda larga. Che ultimamente comincia a essere un po' sovraffollata: ci sono YouTube (la piattaforma di Google), PrimeVideo (quella di Amazon) e Now Tv (Sky). Il 25 marzo a Cupertino, anche Apple ha lanciato la sua piattaforma. E Disney ha già annunciato che entro fine anno scenderà in campo con tutta la sua potenza di fuoco.

La rivoluzione della specie

«Il mercato cresce e si trasforma alla luce delle innovazioni tecnologiche e della crescente diffusione della banda larga e ultra larga e dei nuovi pattern di consumo collegati ai servizi non lineari e a richiesta, come il video on demand», spiega a

«ENTRO DUE O TRE ANNI INTERNET DIVENTERÀ LA PRIMARIA FONTE DI ACCESSO A QUELLA CHE UNA VOLTA SI CHIAMAVA TELEVISIONE»



Economy Augusto Preta, presidente di Itmedia Consulting nonché autore del rapporto "Il mercato Televisivo in Italia: 2018-2020. L'effetto Netflix". «Il digitale terrestre continua a subire una costante riduzione in conseguenza alla crescente competizione delle altre piattaforme». Impressionante è il dato della Broadband TV, che entro la fine del 2020 avrà raggiunto 8,5 milioni di abitazioni, dai 3,8 milioni del 2018, con un tasso di crescita media annua del 25%. «Da un lato questi nuovi modelli accelerano ulteriormente la domanda di banda larga e ultralarga e dall'altro più aumenta il consumo di questi prodotti contenuti sulle reti video, tanto più questa modalità prende il posto di quella tradizionale. E, mentre fino a un paio di anni fa l'offerta on demand video su Internet era inferiore a qualunque altra modalità di distribuzione, adesso le offerte a pagamento sono paragonabili all'offerta satellitare come penetrazione di mercato, ma a costi decisamente più contenuti. Entro due o tre anni il mondo Internet diventerà la primaria fonte di accesso a quella che una volta si chiamava la televisione». «La televisione non ha mai smesso di evolversi e trasformarsi», conferma a Economy il sociologo Mauro Ferraresi, che

insegna Sociologia dei consumi in Iulm. «Neppure tantissimo tempo fa, due tre anni fa, si distingueva

tra nuovi e vecchi media: questa distinzione oggi non ha più senso». O quasi: «I cosiddetti "vecchi media" come la tv rendevano l'utente un fruitore passivo, come se fosse un target, un bersaglio che attendeva di essere colpito, mentre i nuovi media lavorano sull'interattività e chiamano i fruitori ad assumere una parte attiva, a partecipare. Tant'è che oggi siamo nell'era dell'autocomunicazione di massa: da passivi spettatori siamo diventati attivi comunicatori. Basta uno smartphone per pubblicare un video su internet. Quello di cui non si è tenuto conto, però», avverte il sociologo «è che i vecchi media non sono stati a guardare. Proprio la tv si è trasformata, prima attraverso la pay tv, poi con l'on demand, diventan-

do un mezzo molto più interattivo fino a far sì che tutti i programmi non siano più push, cioè spinti dall'emittente verso lo spettatore, ma pull, cioè attratti dallo stesso utente che si crea il proprio palinsesto personale, rendendo inutile la distinzione tra vecchi e nuovi media: si tratta invece di media evoluti».

Nelle maglie della rete

A determinare le dinamiche di mercato, come da manuale, la disponibilità delle risorse. Quelle scarse come i cavi e le parabole sono state spiazzate dall'onnipresente rete. Ma chi sostiene che la rete equivale a contenuti gratis sempre e comunque, si sbaglia di grosso: «Un segnale di profonda, radicale, trasformazione, anche culturale del nostro Paese, è dato dall'abbandono della free-to-air come modalità di accesso primaria ai contenuti televisivi, con l'esplosione della pay-tv che passerà dall'attuale 42% a fine 2018 al 55% del totale famiglie italiane», continua l'analista Augusto Preta. Secondo il suo team di ricerca, all'interno della pay-tv la piattaforma broadband raggiungerà nel 2020 una quota del 61%, erodendo quote di mercato a tutte le altre piattaforme. «Ancora nel 2017 il broadband era la terza piattaforma e in appena tre anni diventerà la prima e ampiamente prevalente». Chi si spartirà il mercato? Non più solo i soliti noti: secondo ITMedia Consulting nel 2020 Mediaset, Rai e Sky Italia si spartiranno meno dell'84% del mercato televisivo totale, cedendo quote consistenti dei ricavi agli altri operatori e scendendo per la prima volta nella storia sotto il muro anche psicologico del 90%. «Quanto perso dai grandi players viene acquisito dagli altri operatori, che raddoppiano la propria quota di mercato e passano dall'9% al 17% del totale a fine 2020», sottolinea Preta: «Il periodo 2018-2020 è segnato dalla forte crescita in percentuale degli operatori minori, spinta dai nuovi pattern di consumo, a discapito dell'offerta dei broadcaster. Nei prossimi 3 anni è il turno dei servizi di video streaming, grazie all'esplosione della banda larga e ultra larga e all'ingresso sempre più deciso di grandi operatori internazionali



MAURO FERRARESI

come Amazon e Netflix. E Tatatu: «L'offerta si sta orientando prevalentemente verso servizi che nascono direttamente dal mondo internet. Questi nuovi operatori hanno cambiato anche il modo di consumare tali contenuti: tutte le offerte vengono viste non attraverso una programmazione rigida, ma si fa una fruizione contemporanea anche di più puntate di una stessa serie. Sono servizi sempre più basati sulle esigenze del consumatore: decide lui come, quando e in quali modalità consumare questi contenuti».

«PREMIARE I CONSUMATORI IN CAMBIO DELLA VISIONE DI PUBBLICITÀ È IL RIBALTAMENTO DEL PARADIGMA, MA ANCHE L'EVOLUZIONE DEL SISTEMA»

L'anima della broadband

Pagare o non pagare, questo è il dilemma. Se la pay-tv ci aveva illusi di poter fare a meno della pubblicità, ci sbagliavamo di grosso. «La pubblicità è nata con la tv», spiega il sociologo Mauro Ferraresi. «In Italia abbiamo avuto il Carosello, un compromesso unico al mondo. Con la pay-tv la pubblicità è uscita dalla porta e rientrata dalla finestra, sotto forma di product placement nei film e nelle serie». Non solo: persino YouTube, che con il servizio Premium (11,99 € al mese) aveva tentato la strada della pay-tv eliminando la pubblicità, è tornata sui suoi passi annunciando che, dal 2020, i contenuti premium (prodotti da YouTube, inseguendo Netflix che, nessuno ci avrebbe

scommesso, addirittura farà produrre parte dei propri contenuti alla Paramount) potranno essere visti gratuitamente sulla nuova piattaforma Originals. In cambio della visione di cosa? Indovinate. Ma non solo. «La pubblicità, che si pensava di espungere dalle piattaforme come Netflix, ha, come dire, anche contrattaccato, trasformandosi o in storie piacevoli da seguire o in una sorta di stuzzicante teasing, arrivando persino a far accettare al pubblico humor noir e messaggi apparentemente politicamente uncorrect».

Anche la pubblicità da push è diventata pull», sottolinea Ferraresi: «Qualsiasi evoluzione tecnologica è anche un'evoluzione del nostro modo di pensare e del nostro linguaggio». E del nostro rapporto con la pubblicità. Perché, inutile negarlo, per il mercato siamo, essenzialmente, consumatori. E la rete permette di creare una comunità identitaria a cui sottoporre contenuti pubblicitari ad hoc. «Il fenomeno dei big data consente la personalizzazione del contenuto pubblicitario», continua il sociologo dei consumi: «Oggi tutti noi siamo profilati, si sa quali sono i nostri gusti, le nostre preferenze, quanti anni abbiamo, dove viviamo, cosa acquistiamo. Una volta la pubblicità era un cannone potente che sparava nel mucchio per colpire potenziali clienti. Oggi è una carabina di alta precisione».

Tanto vale, allora, dare qualcosa a questi consumatori, in cambio della visione di pubblicità. Fidelizzando l'impegno del tempo dell'utente. Come fa Tatatu, appunto. «È il ribaltamento del paradigma, ma anche l'evoluzione del sistema», dice Ferraresi. «Circolava già da un po' questa idea di remunerare il pubblico della pubblicità. È nello spirito dei tempi. Una volta eravamo consumatori potenziali, carne da consumo, oggi (non facciamoci illusioni) continuiamo a esserlo, però c'è un do ut des. E poi la pubblicità ha una sua utilità sociale. A questo punto il consumatore non solo acquisisce informazioni e può decidere di spendere per acquistare quel prodotto, ma nel momento stesso in cui fruisce di un discorso pubblicitario comunque ha un ritorno. Siamo arrivati a chiudere il cerchio».

RIVOLUZIONE ITALIANA SU WEB, SPOT E TV

È on-line dal 6 marzo Tatatu, la App che archivia le regole imposte dai boss della Rete: è la prima piattaforma social che condivide i guadagni con gli «user»



ESCLUSIVO / Parla Andrea Iervolino: «Amo il cinema e lo offro gratis, ma certifico i contatti con la blockchain e divido i ricavi con il pubblico e gli inserzionisti»

PUBBLICO PAGANTE? NO, PAGATO: DALLA WEB-TV CHE CAMBIA I GIOCHI

Il modello Tatatu, che offre gratuitamente film, documentari e serie e condivide i guadagni con gli user, sarà dirompente. Anche perché certifica i contatti nell'unico modo serio: sfruttando la blockchain

L'AMBIZIOSA SFIDA AI BIG COME NETFLIX E AMAZON PRIME VIDEO È STATA LANCIATA DAL PRODUTTORE ITALO CANADESE ANDREA IERVOLINO, CO-FONDATORE DI AMBI

CHI SI CONNETTE ALL'APP VEDE UN CONTATORE CHE GLI NOTIFICA QUANTI TATATU TOKEN STA GUADAGNANDO DURANTE LO STREAMING VIDEO

IL BUSINESS MODEL È BASATO SUL 100% DEL CONSENSO DEL MERCATO. E PER EVITARE TRUFFE È STATA INTEGRATA NEL VIDEOPLAYER LA TECNOLOGIA BLOCKCHAIN

IL COLOSSO GREY HA GIÀ ANNUNCIATO CHE CONSIGLIERÀ AI CLIENTI DI INVESTIRE SULLA PIATTAFORMA PERCHÉ GARANTISCE UN REPORT OGGETTIVO SUL PUBBLICO

di Sergio Luciano

A prima vista sembra Netflix, o Amazon Prime Video, o anche RaiPlay, e invece è tutta un'altra cosa. Si chiama Tatatu ed è una rivoluzione assoluta nella storia del web. Che ha l'ambizione di riscrivere le regole del gioco di Internet, riportandole a quella missione originaria - condividere il valore del sapere e del business - che il ciclo-potere degli oligopolisti della Rete ha

demolito. Tatatu è la prima "piattaforma social dell'intrattenimento" che offre gratis film, fiction, documentari, sport e videogiochi dividendo tra inserzionisti e "users" (i web-spettatori) i vantaggi della pubblicità con cui li accompagna, certificando per la prima volta i contatti nell'unico modo serio tecnologicamente disponibile, che per questo finora nessuno ha mai osato applicare: la blockchain.

Tatatu sgretola il modello di business di Google, di Facebook e di Apple, basato sulla vendita di servizi a pagamento e sul saccheggio dei dati personali che tutti noi inconsapevolmente sacrifichiamo per ottenere servizi gratis che veramente gratis in realtà non sono, e non sono mai stati. Una sfida talmente ambiziosa che rischia di avere tutti contro, e senza esclusione di colpi. Ma

che porta in sé la forza delle idee semplici e la imbattibilità del buon senso.

L'ha presentata il 6 marzo negli Studios romani di via Tiburtina il suo ideatore, Andrea Iervolino – un enfant-prodige italo-canadese della produzione cinematografica che da otto anni (e ne ha solo 31) a Hollywood ha sviluppato un business oggi apprezzatissimo da star come Antonio Banderas, Andy Garcia, Andrea Bocelli, Michael Madsen, Johnny Depp, Morgan Freeman, John Travolta, che è stato inserito da Variety, nel 2015, tra i dieci produttori cinematografici più importanti del mondo, premiato dal premier canadese Justin Trudeau, stimato dal presidente dell'Accademia degli Oscar John Bailey al punto da aver accettato di presiedere il contest (premio) per i "corti" che tatatu lancerà in estate. Tatatu esiste già: è un'App, scaricabile in "beta" (cioè in versione test) su Ios e su Android, e che da giugno sarà disponibile anche nella versione per le smart-tv.

Come funziona Tatatu

Chi si connette a Tatatu e inizia a guardare un film, dopo essersi registrato – in modalità molto più semplici della media – vede apparire quasi subito per qualche secondo un contatore che gli notifica quanti "tatatu token" sta guadagnando durante quello streaming. Alla fine della visione potrà controllare il guadagno totalizzato, un importo in "buoni acquisto" da spendere sulla piattaforma di e-commerce collegata – tatatuecommerce.com – dove già oggi compaiono in vendita prodotti griffati Alessi, Carpisa, Yamamay, Rollerblade, Moon Boot, Nordica, Legami e molti altri. L'acquisto può essere perfezionato pagando in token il 100% del valore oppure pagandolo parte in token e parte in denaro, come accade in qualsiasi sistema di punti fedeltà. I produttori presenti in piattaforma possono a loro volta ri-spendere i token incassati acquistando altra pubblicità su Tatatu. Ma soprattutto ottengono due vantaggi che nessun

altra piattaforma offre loro attualmente: una conversione naturale e spontanea degli spettatori in acquirenti; e una certificazione indiscutibile dell'audience, dovuta al fatto che il numero e la durata delle connessioni a Tatatu sono certificati dalla blockchain che genera un "cruscotto" a loro disposizione per la verifica della consistenza effettiva – e non millantata, – del pubblico reale. L'affollamento di messaggi pubblicitari nel corso dello streaming Tatatu è inferiore a quella standard delle tv commerciali, cioè si aggira sul 10% del tempo.

La "library" disponibile è già oggi per l'Italia di oltre 500 titoli ma destinata a crescere con progressione rapidissima, con un'esclusiva alla settimana. Il servizio è in fase di lancio anche negli Stati Uniti, Canada, Gran Bretagna e Nuova Zelanda: ma chiaramente la sfida sarà globale. Inoltre, «abbiamo sviluppato cinque diverse soluzioni tecnologiche», non manca di chiarire Iervolino, «per evitare che gli utilizzatori possano avviare lo streaming e poi distogliersi (qualcosa di simile ai mille trucchi utilizzati per simulare traffico web inesistente, ndr), tecnologie che non riveliamo ma sono efficacissime».

L'origine dell'idea

«Da tempo mi chiedevo come valorizzare il tempo che gli users spendono sulla Rete coinvolgendo anche il loro interesse», racconta a Economy Andrea Iervolino. «Ci ragionavo, ne parlavo, studiavo. Due anni fa, conversando con un ragazzo di 15 anni, a Hollywood, gli chiesi: "Secondo te, i social media i sono gratis?". E lui mi rispose senza esitare: "Ma no, li pago con tutte le informazioni che loro si prendono su di me, e con quello che io faccio. Quando i miei amici vedono un mio post, io trasporto loro la pubblicità del social! Così li pago!" Allora telefonai a mia madre e le chiesi: "Mamma, ma tu pensi che i social media siano gratis?" E lei mi rispose subito di sì. Capii che il pubblico di Internet sta cambiando, è molto più lucido, consapevole, maturo per una proposta nuova di relazione col web. Se oggi un 15enne sa che i social media non sono gratis, questa diventerà prestissimo una cognizione generale».

A quel punto l'ideatore di Tatatu passa all'azione. Commissiona una ricerca per sapere quale percentuale della popolazione americana fosse disposta a vedere contenuti gratuiti accettando in cambio di assistere agli spot pubblicitari. La risposta fu che il 75% del campione

era disposto. «Mi chiesi allora come fare per conquistare il 25% contrario. Feci chiedere allo stesso campione: "Sei disposto a vedere contenuti gratuiti ma accompagnati dalla pubblicità se ogni volta che guardi vieni pagato?" La risposta positiva salì al 97%. Ma non mi andava ancora bene: perché c'era un 3% di contrari? Gli feci chiedere: "Sareste d'accordo a vedere contenuti gratuiti con pubblicità e ad essere pagato potendo spendere il guadagno in acquisti di beni ma anche in donazioni benefiche?" E la risposta salì al 100%. Ecco: il mio business model è basato sul 100% del consenso del mercato».

Restava però un problema enorme: la fattibilità tecnologica del modello. Come fai a pagare in token miliardi di utilizzatori, senza essere truffato? «Abbiamo capito che l'unica soluzione era integrare nel videoplayer la tecnologia blockchain, che genera una traccia incancellabile sulle connessioni al sistema e abbiamo creato, di fatto, un social media algoritmico che permette in tempo reale di conteggiare il reward, il guadagno, degli users».

Ma non basta: come incentivare la diffusione del sistema? Premiando anche chi invita gli amici a connettersi: ma senza il sistema scalare tipico del discusso "multilevel marketing". Chi invita un amico incassa token aggiuntivi anche sul traffico generato da quell'amico, ma questo incentivo si ferma al primo passaggio, al primo livello di viralizzazione, senza eccessi commerciali. «Dunque - prosegue Iervolino - ci siamo detti: se è vero che il valore maggiore su tutti i social lo si crea aumentando il numero dei propri amici, diamo a tutti i nostri user la possibilità di guadagnare se invitano un amico. Ma non sull'amico invitato dall'amico».

Iervolino ha rilasciato la prima piattaforma Beta di Tatatu nel giugno del 2018, e due o tre settimane dopo che uno dei più grandi social network - Facebook - era stato colpito dallo scandalo della cessione delle informazioni sulla privacy dei propri utilizzatori a società terze. In pochi giorni, perse oltre cento miliardi di capitalizzazione. Coincidenze.

«Io credo fortemente che il business model di Tatatu rispetta l'esigenza della 'generazione Z' e di tutte le generazioni a venire di essere...rispettate. Sono ragazzi intelligenti, sanno molto della Rete, hanno accesso a tutte le informazioni in un secondo, non possiamo continuare a pensare di imporgli un business model che dia vantaggi soltanto agli altri».

I valori di Tatatu

«I nostri valori fondanti sono tre: *we share, we fair, we goodwill* (condividiamo, rispettiamo, ci vogliamo bene, ndr), valori in linea con i nuovi

modelli di business basati proprio sul rispetto e sulla correttezza, che piacciono a miliardi di esseri umani nel mondo», sottolinea Andrea Iervolino.

Che aggiunge un altro importante e logico corollario al suo schema: Tatatu è la morte della pirateria e la resurrezione del copyright. «Ho cominciato a sognare di fare cinema da bambino, e quando ci sono riuscito, da produttore di film ho visto in 15 anni cambiare tante cose, ma aggravarsi sempre il problema di pirateria, che ha azzerato alcuni mercati, distrutto molti produttori, distrutto gli incassi delle fiction su molti canali. Ecco: Tatatu è anche la risposta pacifica e definitiva alla piaga della pirateria. Se hai lo stesso film disponibile in streaming gratis illegalmente o sempre gratis ma con una pubblicità che conviene anche a te, cosa scegli? Il gratis che ti fa guadagnare, ovviamente: conviene di più!».

La criptovaluta "buona"

Deliberatamente, Iervolino ha impedito che il suo Ttu Token - come lui e i suoi chiamano le loro unità di conto - finissero nel calderone opaco delle oltre 16 mila criptovalute che inquinano la finanza parallela di Internet, le micro-borse prive di qualunque garanzia e controllo che allignano da anni, spennando polli e arricchendo pochi furbi, come nemmeno a Las Vegas. I Ttu Token vengono riconosciuti da produttori che accettano, firmando un apposito Memorandum of understanding, di usarli come unità di scambio dei loro prodotti all'interno della piattaforma. Ma non se ne prevede una quotazione in Borsa: almeno non nell'orizzonte descritto dall'attuale, assoluta deregulation di questo microcosmo officioso.

«A regime, naturalmente, i nostri Ttu Token potranno anche essere accettati nelle compravendite analogiche», prevede Iervolino, «per esempio potranno esserci bar che accetteranno i Ttu Token per venderti un'aranciata al banco, perché potranno poi spenderli sulla nostra piattaforma a loro volta per acquistare altri beni o pubblicità su Tatatu. Abbiamo appena firmato un accordo con un gruppo canadese che organizza migliaia di produttori che accettano i nostri Token. Il principe del Bahrein ha uno studio di animazione e accetta di offrire servizi in cambio di Ttu Token, il mio amico Antonio Banderas ha accettato di essere retribuito in Ttu Token per il suo prossimo film con me!».

La risurrezione dello spot

Oggi la fruizione della pubblicità sul web è vissuta da tutti noi come un disturbo, sia perché è saltato - per l'inconcepibile bulimia dei giganti del web - ogni principio di affollamento,

per cui banner e video crivellano le videate, sia statiche che in streaming, e disturbano la fruizione dei social. Non a caso, spopolano in tutti i Paesi gli ad-block, e i grandi siti di contenuti, a cominciare dai social, reagiscono inibendo l'accesso a chi tenta di difendersi dall'orgia pubblicitaria. E dunque nella migliore delle ipotesi, la pubblicità video offre agli utenti la possibilità di "skipparla" dopo 15 secondi, senza capire che infliggere una pubblicità sgradita significa generare una relazione ostile tra essa e l'user, che tenderà a detestare anche quei pochi secondi di spot, e l'oggetto promozionato, che è costretto a sciropparsi. Invece Tatatu, ricompensando chi invece guarda gli spot, restituisce valore creativo agli spot stessi - se sono belli, si faranno apprezzare da un pubblico ben disposto. E restituisce certezza dei contatti ottenuti agli inserzionisti: non a caso, il colosso mondiale Grey ha annunciato in pubblico che «alle aziende nostre clienti nei 124 uffici che abbiamo nel mondo - ha dichiarato in conferenza stampa il numero due del gruppo Eduardo Maruri - consiglieremo di investire su questa piattaforma, che garantisce un report oggettivo sul pubblico».

Una storia da Anni Cinquanta

«Non l'ho chiamata Tatatu perché sono balbuziente», dice Iervolino, che peraltro sa ben dominare il suo difetto: «Si chiama così perché nello slang americano Tatata significa "le cose stanno andando bene", e "tu" in italiano, spagnolo e francese significa te, in inglese "you" suona assai simile, e insomma Tatatu significa "le cose stanno andando bene per te"».

Già: perché per Andrea le cose non sono andate subito bene, nella vita. La sua infanzia a Cassino è stata una strada in salita. «A sei anni la maestra chiamò mia madre per dirla che balbettavo troppo, ero ritardato e avrei dovuto cambiare scuola. Mia madre rifiutò e restai, ma divenni lo zimbello dei compagni. E insomma io, a dodici anni, per guadagnare qualcosa, vendevo merendine a scuola. Ero un ragazzino emarginato, legai con due amici esclusi come me, uno perché troppo grasso, l'altro un po' sordo. In tre, ci mettemmo a fare siti internet per i negozianti di Cassino, ci chiamavamo "Noi siamo il futuro"».

A quindici anni va via da casa, finisce a Bibione e si mette a fare il ragazzo di fatica in una piccola produzione teatrale. Poi torna a Cassino e decide di produrre un film: una storia medievale ambientata in città, finanziata con da qualche negoziante gentile. Un 'corto' che naturalmente nessuna sala si sarebbe sognata

di proiettare. «Ma una zia insegnante mi salvò - racconta ancora - Mi presentò al provveditore e mi fece concedere di proiettare il film a scuola, inventai i "Cine school day", proiezioni mattutine... Infilai il mio film nel Piano di offerta formativa della provincia, girai tante scuole... l'idea prese piede, girare i film in digitale costava poco, si diffuse in tutta Italia e la notò Luciano Martino, produttore e regista (di pellicole di cassetta come la mitica "Giovannone Coscialunga", scopritore appunto della Fenech ma anche di Lino Banfi o Gloria Guida, ndr) che diventò per me un padre professionale. Finché otto anni fa decisi di tentare la strada di Hollywood». E ci andò, incontrandovi ben presto la fiducia di Monika Bacardi, produttrice cinematografica anch'essa, tuttora socia di Iervolino in Ambi (acronimo dei due nomi e cognomi).

Il resto è futuro: «Il mio sogno è e resta il cinema», conclude Andrea, che non trascura di dichiarare la sua profonda fede cristiana: «Perché credo che se il cinema racconta storie positive come il film che sto producendo su Andrea Bocelli, The music of silence, sia di grande ispirazione per i ragazzi. Il futuro è più da short content che da film da 100 minuti, e per questo ci concentreremo a produrre short content di altissima qualità con grandissime star, seriali, avvincenti. E prevedo che nei prossimi 10 anni il 90% del consumo di video sarà short, online e su small video. E noi saremo lì, con Tatatu».



In basso da sinistra Iervolino con Eduard Maruri, John Travolta, Iervolino con Banderas, Andrea Bocelli, ancora Iervolino con Madsen, Johnny Depp, Iervolino con Giulio Corno di Tribboo e Morgan Freeman

QUEL VIZIETTO CHIAMATO FILE SHARING

C'è voluto un quarto di secolo per uscire dalla watchlist dei paesi che non rispettano il diritto d'autore. Ma la strada da percorrere è ancora lunga e in salita. Ne parliamo con quattro interlocutori qualificati

di Marco Scotti



proprietà intellettuale. Abbiamo avuto una risposta positiva da parte della rete, come dimostra l'alto numero di procedimenti conclusi per adeguamento spontaneo alla richiesta di rimozione. Abbiamo bloccato l'accesso a siti pirata, che ospitano milioni di file illegali».

Una salvezza per il comparto può arrivare dal digitale, che sta continuando a guadagnare – sia in termini di quote di mercato sia per quanto concerne il fatturato – mentre il supporto fisico sta rapidamente crollando. Per Lorenzo Ardicini, Presidente di Univideo-Confindustria, il motivo per cui il DVD o il Blu Ray valgono ancora il 75% del mercato è che consentono «la fruizione alla massima qualità possibile. Lo sviluppo tecnologico, infatti, ci ha portato supporti in 4K che sono standard che permettono di arrivare a una qualità molto vicina a quella della sala cinematografica. L'esperienza legata al mondo digitale è ancora molto fredda e asettica, mentre l'emozionalità di un supporto fisico e la possibilità di condividerlo con altre persone garantisce ancora, almeno per ora, una certa prevalenza di questo supporto. Dal nostro punto di vista stiamo lavorando molto perché nella nuova manovra finanziaria ap-



E chi ha voglia di andare ad acquistare un film o una serie tv, quando ci sono decine di piattaforme torrent che forniscono tutti i contenuti in modo totalmente gratuito? Tanto la legge a tutela del diritto d'autore in Italia non prevede sanzioni particolarmente severe e mappare l'intera rete diventa un'impresa più ardua che svuotare il mare con il proverbiale secchiello. Però è bene rammentare che questi comportamenti provocano un danno da oltre 600 milioni di euro all'industria audiovisiva mettendo a repentaglio quasi 6.000 posti di lavoro. Un danno enorme anche per la collettività: 369 milioni di euro di pil mancante e 171 milioni di entrate fiscali che non arriveranno mai.

Un bel problema che l'Italia ha provato a risolvere – per quanto riguarda l'online – con una norma che è diventata una best practice a livello europeo. L'estensore è Francesco Posteraro, Commissario dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che ci spiega: «Il regolamento Agcom prevede una procedura che, senza

sostituirsi ai procedimenti giudiziari, mira ad assicurare ai titolari dei diritti d'autore una tutela celere, efficace e non onerosa nei confronti delle violazioni commesse online. La procedura si conclude infatti entro termini molto brevi (12 giorni lavorativi nei casi di violazioni massive o di quelle suscettibili di recare grave danno economico), garantendo la possibilità di intervento a tutti i soggetti interessati. Non vi è alcun coinvolgimento dell'utente finale, in

quanto le misure repressive che possono essere adottate – rimozione selettiva dei contenuti protetti da

diritto d'autore o disabilitazione dell'accesso al sito – sono rivolte esclusivamente ai provider. Il regolamento persegue anche lo scopo di promuovere lo sviluppo dell'offerta legale delle opere digitali e l'educazione dei consumatori all'uso corretto e responsabile della rete. Siamo soddisfatti dei risultati ottenuti fin dall'emanazione del regolamento, la cui entrata in vigore è valsa di per sé a far uscire l'Italia, dopo ben 25 anni, dalla watch list USA dei Paesi che non tutelano adeguatamente la

LIBERTÀ DELLA RETE NON SIGNIFICA TOTALE ASSENZA DI REGOLE. PER QUESTO L'ITALIA HA MESSO IN CAMPO UNA NORMA BEST PRACTICE EUROPEA



CHI SCARICA ILLEGALMENTE CONTA SPESSE SULL'IMPUNITÀ



provata dal governo è previsto l'ampliamento del bonus 18 perché possa essere usato anche per l'acquisto dei supporti fisici e non soltanto dei libri». Oltre a guardare con favore alle nuove piattaforme video streaming online, da Netflix a Tim Vision, è bene però ribadire come i numeri della pirateria siano particolarmente allarmanti. In Italia gli acquirenti complessivi sono 5 milioni, di cui 2 milioni tramite digitale. Il fatturato dei supporti fisici, che vale ancora il 75% del

NELLA MANOVRA FINANZIARIA È PREVISTO L'AMPLIAMENTO DEL COSIDDETTO "BONUS 18" CHE VIENE ESTESO ANCHE A SUPPORTI FISICI OLTRE I LIBRI

complessivo, è in calo a 255 milioni mentre il digitale vale 85,2 milioni. In complesso, il calo del settore è del 10,8%. Spaventa soprattutto la scarsa comprensione del fenomeno della pirateria. In un'analisi realizzata da Fapav (Federazione per la Tutela dei Contenuti Audiovisivi e Multimediali) il 78% di coloro che scaricano contenuti illegalmente da internet è a conoscenza del fatto che la pirateria è un reato, ma il 55% ritiene che sia improbabile essere scoperto e ancor meno sanzionato.

«L'offerta legale – ci spiega Federico Bagnoli Rossi, Segretario Generale della Fapav – unito allo sviluppo di piattaforme on demand e all'intensa attività di prevenzione sta iniziando a mostrare i primi risultati. Ma è innegabile che il nostro paese sia tra quelli più propensi al fenomeno della pirateria. Le Iptv, vere e proprie televisioni che trasmettono tramite internet, sono cresciute solo ora perché la diffusione delle smart tv è stata molto lenta. Ma

devo anche sottolineare come i nativi digitali siano più propensi a utilizzare internet in maniera fraudolenta. Le piattaforme illegali sono gestite da vere e proprie organizzazioni criminali, ramificate e radicate sul territorio, non bisogna pensare ai pirati in modo "naïve" come se fossero tanti Jack Sparrow». Per l'Avvocato Luciano Daffarra, esperto in diritto d'autore e

proprietà intellettuale e partner studio legale internazionale C-Lex, sono due i problemi principali del fenomeno.

La prima è di natura sanzionatoria, la seconda riguarda i player coinvolti. «C'è difficoltà – ci dice – a perseguire, perché è molto difficile identificare l'utente, non si possono mai sapere i nomi dei contraffattori perché siamo in un sistema perverso in cui la privacy prevale su tutto. La sanzione amministrativa, poi, è

di 154 euro, non esattamente una cosa che fa tremare. Eppure è confermato anche dalla Direzione Antimafia: dietro alla pirateria ci sono le grandi organizzazioni criminali. Il secondo problema riguarda i cosiddetti Ott e il loro ruolo: fanno da veicolo per il guadagno di soggetti terzi che condividono su queste piattaforme contenuti privati».

«Non c'è dubbio - conclude Posteraro -, però, che per sconfiggere la pirateria occorra una revisione del quadro normativo europeo. Basti pensare che le grandi piattaforme digitali si avvalgono di un esonero da responsabilità fondato sulla direttiva e-commerce, che risale al 2000, epoca ormai remota dal punto di vista dello sviluppo della tecnologia e dei mercati. Le piattaforme hanno cercato con ogni mezzo, tra l'altro, di ostacolare l'iter della nuova direttiva copyright. E duole dover constatare che il nostro Governo si sia schierato dalla parte degli oppositori della direttiva quanto la nostra azione sia stata meritoria e per quanto i regolamenti funzionino serve una stretta. L'Italia è l'unico paese che ha utilizzato la normativa del commercio elettronico, ma le posizioni dell'attuale governo sulla direttiva del copyright non sono quelle che avremmo voluto».



I PROTAGONISTI DELL'ANTIPIRATERIA

Nell'altra pagina, l'avvocato Luciano Daffarra. In questa pagina in alto a sinistra Lorenzo Ardicini. Qui a fianco il commissario Agcom Francesco Posteraro. In alto a destra Federico Bagnoli Rossi