

Rassegna del 02/07/2019

Giorno - Carlino - Nazione	14 Cagnotto e Cortellesi tra le magnifiche 100	<i>red.int.</i>	1
Mf	17 Airbnb muove 5,4 miliardi in Italia	...	2
Corriere della Sera	31 Da Sia a Marval, le mosse del fondo Hat nella finanza su misura	<i>C.D.C.</i>	3
Sole 24 Ore	17 Possibili benefici (e grandi rischi) di una rivoluzione chiamata Libra	<i>Toniolo Gianni</i>	4
La Verita'	16 Intervista a Gianluigi Paragone - «Forza Facebook, ci farà uscire dall'euro»	<i>Telese Luca</i>	6
Messaggero	13 ***Allarme Facebook, pacco con gas sarin Evacuati 4 edifici del quartier generale - Edizione della mattina	...	9
Sole 24 Ore	14 Italiaonline fa +20% Primo passo verso l'addio alla Borsa	<i>Biondi Andrea</i>	10
Foglio Inserto	1 La tv del nuovo millennio ha un problema di algoritmo - Inchiesta sulla nuova tv	<i>Sciandivasci Simonetta</i>	11
Tempo	15 A Tim il premio «Opensignal Awards» per la qualità della rete mobile	...	16

CLASSIFICA FORBES ITALIA HA SCELTO LE DONNE PIÙ INFLUENTI PER RAPPRESENTARE IL PAESE

Cagnotto e Cortellesi tra le magnifiche 100

L'EDIZIONE italiana del mensile Forbes ha scelto 100 donne per rappresentare il meglio del Paese al femminile nel 2019. Nell'elenco, rigorosamente in ordine alfabetico, anche le giornaliste Lucia Annunziata e Lilli Gruber. Insieme a loro, sportive come Tania Cagnotto (**nella foto**), l'astronauta Samantha Cristoforetti, la Iena Nadia Toffa, attrici come Paola Cortellesi, Valeria Golino, Micaela Ramazzotti.



«**DONNE** capaci di interpretare il proprio ruolo – scrive Forbes –. In azienda o nella società, valorizzando ogni giorno un patrimonio personale fatto di competenze, creatività, carisma, tenacia, capacità di innovare e visione del futuro». A vario titolo, ognuna di loro incarna il prototipo di una «donna di successo: scienziate, professioniste, imprenditrici, manager, sportive, possono operare tra i numeri della finanza o in ambiti creativi ma tutte sono contraddistinte da percorsi e progetti vincenti che fanno la differenza», spiega il mensile. Tra le magnifiche cento Katia Sagrafena, cofondatrice e direttore generale del gruppo Vetrya di Orvieto. «Vorrei dedicare questo riconoscimento a tutto il team Vetrya, e mio marito Luca per aver declinato per me la parole amore con emozione, condivisione e innovazione» ha commentato la Sagrafena sui social, rivolgendo un pensiero anche alle due figlie.

red. int.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Airbnb muove 5,4 miliardi in Italia

L'ecosistema Airbnb vale 5,4 miliardi. A tanto ammonta, secondo il centro studi della società californiana, il giro d'affari generato nel Paese nel 2018 da affitti brevi e spese dei turisti ospitati in strutture trovate sulla piattaforma. «A livello regionale, il Lazio spicca per numero di arrivi e benefici economici, con più di un miliardo di euro, seguito dalla Toscana (961 milioni) e dalla Lombardia (760 milioni)», riporta Airbnb. Quest'ultima è la regione con la spesa media giornaliera più alta da parte dei visitatori (153 euro, contro i 125 della media nazionale), mentre quelle in cui è meno elevata sono Puglia (86 euro) e Sardegna (87 euro). A livello di città, «quella con l'impatto economico diretto più significativo è Roma (961 milioni), seguita da Firenze (445 milioni), Milano (382 milioni), Venezia (300 milioni) e Napoli (160 milioni)». (riproduzione riservata)



Oggi l'incontro con il mercato

Da Sia a Marval, le mosse del fondo Hat nella finanza su misura

Oltre 350 operazioni portate a termine contro le 311 del 2017 e risorse raccolte pari a 3.415 milioni di euro di cui 2.738 milioni di euro da soggetti privati, quasi tre volte il dato del 2017 (920 milioni di euro). Investiti 4.938 milioni di euro, un ammontare pressoché raddoppiato (+98%) rispetto al 2017. Sono questi i numeri del mercato italiano del *private equity* e *venture capital*, numeri che raccontano un settore con un ammontare investito con il valore più alto mai registrato sul mercato italiano.

Come spiega l'ultimo rapporto di Aifi, associazione italiana del *private equity*, *venture capital* e *private debt*. E come racconta Nino Attanasio, presidente e fondatore di Hat: «Il *private equity* in Italia è cambiato tantissimo — spiega —, dieci anni fa si faceva apportando capitali, era di fatto un'alternativa alle banche. Oggi si è molto evoluto grazie alle esperienze dall'estero, grazie alla spinta dell'Aifi e grazie alle imprese che da noi vogliono qualcosa di più». Hat è uno dei principali operatori italiani indipendenti nel panorama degli investimenti alternativi, con asset in gestione superiori a 400 milioni di euro. «Le aziende ora vogliono per prima cosa le competenze — aggiunge Attanasio che aprirà oggi i lavori dell'Investor meeting Hat —. Prima andavano di moda i fondi

generalisti, dall'abbigliamento al food, dalla sanità alla tecnologia. Oggi ci sono competenze specifiche e ricercate, create ad hoc in anni con team specifici». Tra le ultime grandi operazioni del fondo, l'investimento di dieci milioni di euro in Marval (meccatronica), il sostegno da 3 milioni di euro di Advice e Sia, la società dei pagamenti digitali con le quote rilevate da F2i e Hat Orizzonte, che complessivamente possedevano circa il 26% del capitale di Sia, pagate secondo alcune indiscrezioni circa 12 volte l'Ebitda.

«Tutte le piccole medie imprese che fatturavano 8-10 milioni di euro — aggiunge Attanasio — oggi hanno la necessità di aggregarsi per poter competere sul mercato». Ed è anche di questo che si discuterà nella giornata «Tecnologia e innovazione per la crescita dell'Italia», organizzata per oggi alla Luiss Business School a partire dalle 11. Tra gli ospiti Andrea Montanino, capo economista Confindustria, Innocenzo Cipolletta, presidente Aifi, Davide Squarzone, amministratore delegato Prometeia Advisor Sim e Ignazio Castiglioni, amministratore delegato Hat. Interverrà anche Luigi Abete, presidente Luiss Business School.

C.D.C

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi è



● Nino Attanasio, presidente e fondatore Hat. Oggi, alla Luiss Business School di via Nomentana 216, Roma, si terrà «Tecnologia e innovazione per la crescita dell'Italia», l'investor meeting day di Hat. Tra gli ospiti, il presidente Aifi Innocenzo Cipolletta



MONETE DIGITALI

Possibili benefici
(e grandi rischi)
di una rivoluzione
chiamata Libra

di **Gianni Toniolo** — a pag. 17

POSSIBILI BENEFICI (E GRANDI RISCHI) DI UNA RIVOLUZIONE CHIAMATA LIBRA

**SE AVRÀ SUCCESSO
LA MONETA
VIRTUALE
CONCENTRERÀ
IN POCHE MANI UN
POTERE ENORME**

di **Gianni Toniolo**

La moneta digitale lanciata da Facebook ha un nome impegnativo. Evoca stabilità, diffusione universale, durata. Libra era l'unità di misura sulla quale si basava la riforma con la quale Carlo Magno, sul finire dell'ottavo secolo, mise ordine al caos monetario seguito alla fine dell'impero romano. Dalla libra (pari a 434 grammi d'argento) le zecche coniarono 240 denari, monete stabili, facilmente riconoscibili, che si diffusero riducendo l'uso del baratto. Attraverso varie vicende, il sistema carolingio fu lungamente alla base delle successive monetazioni europee.

La libra lanciata dai 28 partner coagulati da Facebook sarà basata non su 434 grammi d'argento, ma su attività finanziarie (un paniere di monete e titoli diversi). Si tratta di un'innovazione importante che dovrebbe ridurre la forte volatilità delle quotazioni tipica di "monete" come il bitcoin, emesse sulla base di poco trasparenti algoritmi. Ciò darebbe alla libra la fiducia (*fides, trust*) indispensabile alla larga diffusione di uno strumento monetario. Non sono mancati, in passato, esperimenti di monete emesse da privati, senza la garanzia del potere sovrano. Nell'Ottocento, gli Stati Uniti e altri Paesi vissero periodi di libera emissione di moneta da parte delle banche (*free banking*). La moneta privata tendeva a circolare in aree circoscritte per la difficoltà di ottenere informazioni attendibili su cui basare la fiducia in emittenti lontani e perciò

poco conosciuti. Le crisi bancarie erano frequenti e destabilizzanti. La moneta privata venne presto abbandonata, non ve ne sono esperienze rilevanti negli ultimi 140 anni.

Il progetto di Facebook e dei suoi associati ha caratteri inediti, rispetto sia alle esperienze storiche sia alle altre monete elettroniche. Per capirne vantaggi e pericoli possiamo, dunque, basarci solo sulle informazioni fornite dai promotori, sinora poche di dettagli nei quali, si sa, potrebbe nascondersi Belzebù. Grazie alla diffusione di Facebook e delle sue applicazioni (Messenger e WhatsApp) e all'esperienza di partner come Visa e Mastercard, i promotori mirano a catturare le persone (si stima siano 1,7 miliardi) già dotate di smartphone, ma ancora prive di conti bancari. La fiducia nella stabilità della libra contribuirà alla sua diffusione. La rete capillare di Facebook e le sue tecnologie consentiranno di offrire servizi di pagamento a costi inferiori a quelli praticati dalle banche. Ma la libra non sarà solo un sistema di pagamenti, che comunque non funziona senza una disponibilità di credito a breve termine. Il programma è di offrire una larga gamma di servizi bancari, anche per i quali avrà vantaggi di costo. L'enorme ammontare di dati che i partner metteranno a disposizione di Calibra, la società di gestione di libra, le consentirà di conoscere a costi minori di quelli delle banche tradizionali, il profilo di rischio di chi chiede credito. Il beneficio, soprattutto per le piccole imprese di Paesi emergenti, potrebbe essere considerevole.

A fronte dei benefici ottenibili dalla libra, stanno rischi importanti, oggi non pienamente valutabili. Diminuirà l'efficacia delle politiche monetarie, soprattutto nei piccoli Paesi emergenti, qualora una quota importante degli abitanti spostasse la propria liquidità dalla moneta nazionale alla libra. Si porranno questioni delicate circa l'uso dei dati personali: alla discutibile reputazione di Face-

book in questo campo si contrappone la frammentazione, tra le diverse giurisdizioni, delle norme sulla proprietà di tali dati, consentendo a un gestore globale di muoversi dall'una all'altra secondo la convenienza. I pericoli non sono trascurabili (un esempio per tutti: l'uso di questi dati per la stipula di assicurazioni sanitarie, offerte da Calibra o da altri). Il successo della libra porrà un problema di concorrenza senza precedenti, anche per la concentrazione in poche mani di un enorme potere, non solo economico. Infine, avverte la Banca dei regolamenti internazionali di Basilea, o Bri (<https://www.bis.org/publ/arpdf/ar2019e3>), Calibra avrà tutte le caratteristiche di un intermediario bancario e dovrà pertanto essere sottoposto a regolazione e supervisione. Ma che tipo di regolazione? La Bri osserva che la sfida è duplice. A livello nazionale si tratta di rendere compatibili i mandati e le prassi delle autorità nazionali competenti sulla concorrenza, sulla regolazione e supervisione degli intermediari finanziari, sulla protezione dei dati. D'altro lato l'espansione globale della finanza *big tech* pone in modo più pressante di quanto oggi già non sia la questione del coordinamento internazionale delle regole e degli standard bancari. Idealmente, bisogna aggiungere, a un giocatore mondiale delle dimensioni alle quali aspira Calibra andrebbe affiancato un regolatore unico mondiale con mezzi e strumenti adeguati, non immaginabile nel medio termine.

È impossibile dire, anche perché



non ci sono precedenti ai quali rifarsi, se Facebook e i suoi associati riusciranno a raggiungere gli obiettivi qualitativi e quantitativi che si propongono. Se avessero successo, realizzerebbero una rivoluzione finanziaria di grandi proporzioni. Come tutte le rivoluzioni produrrebbe benefici insieme a grandi rischi, proprio in un momento nel quale la cooperazione internazionale, più indispensabile che mai, sembra affievolirsi. Ma la storia prende a volte curve inaspettate: chi può dire che una sfida di questa complessità e dimensione non stimoli l'intelligenza e la politica a rispondere adeguatamente, reinventando forme inattese di cooperazione?

gtoniolo@luiss.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Il monito.**

La Banca dei regolamenti internazionali, in inglese Bank of international settlements, ha recentemente richiamato l'attenzione sui rischi connessi all'ingresso delle società tecnologiche nel settore finanziario.

IL FUTURO DELL'ECONOMIA

L'INTERVISTA **GIANLUIGI PARAGONE**

«Forza Facebook, ci farà uscire dall'euro»

«Dopo il progetto Libra è ridicolo attardarsi a criticare i minibot: fra qualche anno con un clic i nostri figli si faranno la loro moneta. Le banche vogliono che la gente s'indebiti per impossessarsi della loro vita, perché il cumulo di prestiti diventa una pietra al collo»

*Giorgetti parlò
con la moglie di Bossi
e andai a dirigere
la Padania. Salvini?
Nessuno ci puntava*

*Ho un rapporto
dialetticamente
stretto con Casaleggio:
discutiamo
di blockchain*

di **LUCA TELESE**

■ «Vuoi sapere la più bella?».

Certo.

«Mentre facevo le ricerche per il mio libro mi sono imbattuto nella pubblicità di un "mutuo vegetariano". Mi spieghi che cosa cavolo è un "mutuo vegetariano"?».

Sei tu che devi dirmelo.

«È un mito come gli altri. Ma costruito per abbindolare i gonzi all'insegna dello slogan: "Il nostro mutuo somiglia a noi"».

E non è vero?

«Dovrebbero dire: "Il tuo mutuo ci serve"».

Gianluigi, hai scritto un pamphlet contro la vita a rate, perché?

«Stiamo entrando in una dinamica che non era italiana».

Quale?

«Stiamo creando un sistema per cui io ti do dei soldi e tu in cambio mi chiedi dei diritti».

In teoria i crediti sono considerati una opportunità.

«Così dicono. Però poi devi sostenerlo questo prestito».

Problema tuo.

«Il problema è come guardi le cose. Nel tempo della flessibilità il cumulo di debiti può diventare molto rapidamente più oneroso di una pietra al collo».

E poi che cosa succede?

«Non hai una busta paga ma hai un debito, e per pagare le rate sei disposto ad accettare quello che non avresti mai pensato di accettare».

Vuoi dire che tutte queste strategie sono funzionali a un disegno di moderno schiavismo?

«No, non c'è un complotto diabolico. C'è un sistema per cui accade, in modo apparentemente naturale. Fare indebitare la gente aiuta a sostenere la bolla dei consumi, ma anche ad avere

in mano le vite».

Una strategia del debito seduttivo. Costruita per abbindolare le persone.

«Ma è evidente! Con le stesse strategie di marketing con cui ti vendono le auto, la pasta, i profumi, ti vendono la catena con cui ti legghi al tuo debito».

È una catena che scegli.

«Ma se non gradisci un prodotto non ne puoi uscire. Molti sono impreparati e inconsapevoli di quello che sottoscrivono. Sempre più italiani sono intrappolati».

C'è un numero?

«No, questo è il punto. Ma sai quanti italiani sono diventati "cattivi pagatori"? Sono sfrattati e indebitati. A quel punto sei loro prigioniero. E così arrivi al passaggio successivo: se non vuoi morire affogato mi vendi te stesso».

Quando avviene questo passaggio?

«Nel libro lo racconto nel dettaglio. Quando la cessione delle sofferenze è diventata un mercato, si è scoperto che è un mercato ricco».

Perché?

«Perché quello è il momento in cui i beni si svalutano e gli speculatori fanno profitto».

E quando finisce la catena?

«Proprio qui. Quando la sfida finale diventa quella tra ultimi e penultimi. Sai cosa dice padre Alex Zanotelli? Potete provare a ignorarli, ma i poveri non vi faranno dormire».

Inizio l'intervista con Gianluigi Paragone sul suo ultimo libro e mi trovo coinvolto in questo vertiginoso ping pong. *La vita a rate* (Piemme) è il seguito ideale di *Gangbank*. Un viaggio senza rete al confine tra ricchezza e miseria.

Sei cresciuto a Varese, ma tuo padre era un orgoglioso terrone.

«Papà viene da San Giorgio La Molara in provincia di Beneven-

to. Anche io, quando andavo giù, parlavo solo il dialetto».

Che lavoro faceva?

«È stato top manager di Seat pagine gialle. Uno dei primi agenti di Italia, per fatturato e reddito».

E tua madre?

«È sempre stata a casa. La nostra educatrice. Aveva fatto le magistrali».

Hai vissuto anche a Pescara.

«Avevo 5 anni, poi sono tornato a Varese».

Che cosa sognavi di diventare?

«Non ho sbagliato di molto: il giornalista sportivo».

Tuo padre parlava di politica?

«Era socialdemocratico. Aveva votato Psdi, poi socialista fino al patatrac di Tangentopoli».

Fai il classico al Cairoli, il liceo delle élite varesine.

«Lì ho conosciuto il mio migliore amico, Alessandro Alfieri, senatore del Pd e mio testimone di nozze. Siamo usciti insieme da scuola con la maturità ed entrati insieme in Parlamento».

Eri fanatico degli sport.

«Uhhhh... Ho fatto basket, calcio, judo e nuoto. Poi suonavo il pianoforte. E ho fatto anche una lunghissima esperienza con lo scoutismo».

Volevi diventare Superman?

«I miei erano convinti che lo sport fosse un antidoto alla droga».

Eri rappresentante di classe, poi lo sei diventato di istituto con il Fronte della gioventù.

«Sì, il primo anno ero in una lista dei giovani del Msi, perché mi piaceva follemente una ragazza che l'animava. E non sono stato eletto».

E l'anno successivo?

«Sono stato eletto con una lista meno caratte-



rizzata».

**Maturità con il bot-
to?**

(Ride). «Macché. Il minimo».

Università?

«Giurisprudenza».

Però inizi anche a fare il giornalista alla *Prealpina*.

«Inizio da zero, facendo i tabellini».

E poi?

«Siccome ero bravino, cresco. Con Tangentopoli c'è bisogno di forza lavoro, ed esplodo».

Quando?

«È difficile dire: ricordo che un'intervistona a Maroni è stata la mia prima pagina importante».

Diventi amico di Giorgetti.

«Da cronista l'ho conosciuto come sindaco di Cazzago Brabbia. Ma conoscevo anche suo padre, il mitico Natale Giorgetti presidente della cooperativa dei pescatori del lago di Varese. Ricordo le giornate passate a discutere del luccio perca».

E com'era il giovane Giorgetti?

«Suonacchiava la batteria: grande tifoso della Juve ed esperto maniacale di calcio inglese».

Primo salto di carriera?

«Direttore della tv di Varese».

Come diventi direttore della *Padania*?

(Ride). «Non designato da una commissione di saggi: Giorgetti ne parla con la moglie di Bossi e mi ritrovo con i gradi sul petto».

Quando hai conosciuto il giovane Salvini te lo immaginavi leader?

«Sinceramente non lo avrei mai detto. Nessuno lo avrebbe mai detto».

E in seguito?

«Ho capito che poteva rovesciare i rapporti di forza quando ha iniziato a masticare i temi dell'*Ultima parola*. Ha avuto coraggio».

Arrivi in Rai e onestamente riconosci di esserci andato in quota Carroccio.

«Direttori, dirigenti e molti conduttori: chi professa una assunzione in quota Spirito Santo, a viale Mazzini racconta balle».

Sei entrato con cravatta e occhiali e sei uscito sovranista.

«Direi di più: antieuropeista. Meglio ancora: antiunionista».

In quel periodo ti sentivi an-

che con Berlusconi.

«È durato poco. Il modo dell'*Ultima parola* non era il suo».

Hai cambiato pelle, idee.

«Sì. E in questa metamorfosi sentivo sempre maggiore l'esigenza del settimo piano Rai di controllarmi».

Come?

«Volevano le scalette».

Abia.

«Mi difendevo mandando scalette false».

E poi?

«Gubitosi cercò di controllarmi sempre di più. Criticavo Napolitano, davo la parola a don Gallo e tanti eretici. Barnard. Messora. Cremaschi».

Sinistra e destra.

«Tutti quelli che pensavano diversamente. L'Italia era nelle mani di Mario Monti».

La Rai prova a promuoverti e a rimuoverti.

«Mi danno una trasmissione musicale. Io maschero *L'ultima parola*. E allora arriva un ometto di Gubitosi e mi dice: "Tu non devi parlare di politica". Prevedibile, visto che Gubitosi di tv non capisce un cazzo».

Gianhugi, non esagerare.

«Mi chiama Cairo. Aveva bisogno di qualcuno forte e gli piaceva il programma: nasce la *Gabbia*».

Quale delle due creature preferisci?

«Gli ultimi due anni in Rai sono il preludio di quel che abbiamo fatto a La7: inchieste toste, fatti, polemiche».

Poi te ne vai.

«Arriva Salerno e mi dice che non rientro nei suoi programmi».

E tu entri nell'orbita del M5s.

«Da anni parlavo con Pietro Dettori, Alessandro Di Battista, Davide Casaleggio. Più che un andare è stato un restare dove ero».

Parli con Casaleggio?

«Ho un rapporto dialetticamente stretto: discutiamo di futuro, di blockchain».

Trascriviamo uno di questi dialoghi.

«Oggi, dopo il progetto Libra è ridicolo attardarsi a criticare i minibot».

Perché?

«Conoscevamo bitcoin e le

monete sorelle, le valute del *deep Web*. Con la moneta di Facebook si fa uno scatto epocale. La criptovaluta si ancora a un paniere solido».

Sei critico?

«Domanda senza senso. Il punto è: chi ha le redini di questa operazione? Le nostre classi dirigenti non capiscono».

Perché?

«Ragionano con il futuro anteriore. Ovvero con una idea futura che è già avvenuta».

E invece?

«Il mondo gira con il futuro semplice. Si va verso un orizzonte ignoto».

Esempio?

«Ancora parlano di uscita dell'Italia dall'euro o no».

E non è un bivio?

«No. Fra tre anni, con la Libra, i miei figli usciranno autonomamente dall'euro. Con un click».

Ma sei favorevole o contrario ai minibot?

«Sono favorevole anche a Pippo. Purché paghino i debiti. La semplice compensazione, la soluzione più logica, non la vogliono adottare».

Hai visioni orwelliane?

«Si autorizza una valuta da 2,7 miliardi di persone. Non so se l'Europa saprà fronteggiare una potenza di questo tipo».

Qualcuno dice che è un grande salto di civiltà.

«Dobbiamo riflettere. Non sei più cittadino di uno Stato protetto dalla Costituzione. Ti trovi in un "non luogo" di proprietà di un'azienda privata».

Ha ragione Di Maio sull'Ilva?

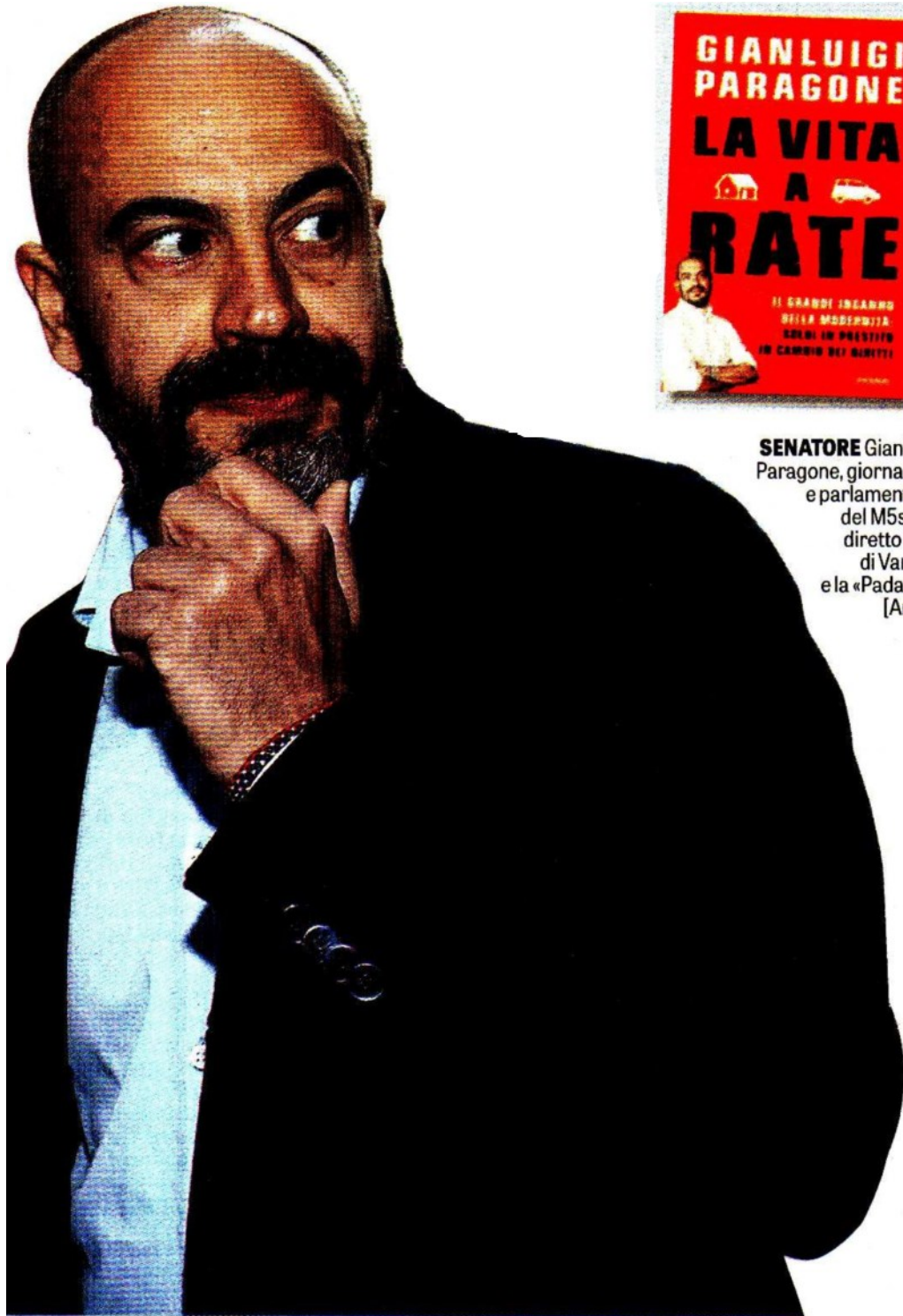
«Facile o difficile è la battaglia giusta: non si barattano i diritti. Non devi essere costretto a barattare diritto al lavoro e diritto alla salute».

Può lavorare Arcelor senza scudo?

«Sì, perché lo scudo penale serve per aggiustare l'Ilva. È a tutele progressive. A lotti. Lo spiega bene Mario Turco, il senatore della Commissione finanze che sta seguendo Ilva. È una sottrazione progressiva di garanzie quando si raggiungono gli obiettivi del cronoprogramma di bonifiche e adeguamenti. È folle?».

Che cosa?

«Strano Paese quello dove non mandi a scuola i bambini non vaccinati e poi dai lo scudo ad Arcelor se non rispetta gli impegni».



SENATORE Gianluigi Paragone, giornalista e parlamentare del M5s. Ha diretto la tv di Varese e la «Padania» [Ansa]

Allarme Facebook, pacco con gas sarin Evacuati 4 edifici del quartier generale

**DUE PERSONE
SAREBBERO
ENTRATE IN CONTATTO
L'FBI AVVIA L'INDAGINE
USATO IN PASSATO
IN IRAQ E IN GIAPPONE**

IL GIALLO

WASHINGTON Quattro edifici del quartier generale di Facebook sono stati evacuati dopo che un pacco recapitato alla società è risultato positivo ai test per il sarin, un gas con possibili effetti letali. Sotto osservazione due persone che sono entrate in contatto con il pacco ma che per ora non hanno mostrato i sintomi legati all'esposizione a questo tipo di sostanza. Indagini sono in corso da parte dell'Fbi. Lo riportano i media Usa, citando anche fonti interne di Facebook: «Alle 11 di questa mattina (ora del Pacifico, ndr) - ha detto un portavoce di Facebook citato dal Telegraph - un pacco sospetto è stato recapitato a uno dei nostri uffici postali. Abbiamo evacuato quattro edifici e stiamo facendo indagini con le autorità locali».

Il gas sarin è un particolare tipo di gas nervino (cioè un composto di acido fosforico usato in contesti di guerra), sintetizzato

per la prima volta nel 1938 da alcuni scienziati tedeschi mentre stavano cercando di creare un pesticida. Non ha colore, odore o sapore: è molto tossico e a contatto con la pelle, oppure se inalato, causa violenti conati di vomito, fuoriuscita di feci e urina e spasmi muscolari. Basta un'esposizione piccolissima per portare entro un minuto alla morte per soffocamento.

Nel 1939, una volta diffusa la notizia della scoperta, il governo tedesco ne ordinò la produzione in massa in vista di un utilizzo da parte dell'esercito: si stima che in questo modo siano stati prodotti almeno 500 chili di gas sarin, anche se non si è mai saputo per certo e c'è chi fa arrivare la cifra fino a 10 tonnellate. Nel corso del dopoguerra il sarin fu adottato come arma chimica - senza essere mai usato, che risulti - sia dalla Nato che dall'esercito degli Stati Uniti. Sino ad ora si aveva notizia di almeno tre occasioni accertate in cui il gas sarin era stato utilizzato: fu usato nel 1988 dai militari dell'Iraq durante un bombardamento contro la città a maggioranza curda di Halabja (morirono tra le 3200 e le 5000 persone) e due volte da una setta religiosa giapponese per attentati a Matsumoto nel 1994 e a Tokyo nel 1995.



Un pacco positivo al test del sarin è stato recapitato a Facebook

© RIPRODUZIONE RISERVATA

EDIZIONE DELLA MATTINA



Italiaonline fa +20%

Primo passo verso l'addio alla Borsa

MEDIA

La web company di Sawiris era arrivata a Piazza Affari con l'operazione Seat Pg

Andrea Biondi

MILANO

La prima domanda di quotazione risale a settembre 2014. Lo sbarco a Piazza Affari poi in realtà avviene a giugno 2016 grazie alla fusione inversa con la quotata Seat Pg. Italiaonline si prepara ora a dire addio alla Borsa. Ieri il titolo ha festeggiato con un +20,26% che nei fatti riflette l'allineamento dell'azione al prezzo dell'offerta pubblica d'acquisto finalizzata al delisting annunciata nel weekend dalla famiglia Sawiris e dagli altri due soci rilevanti del gruppo, GL Europe e GoldenTree.

L'offerta sarà di 2,82 euro per ogni azione ordinaria del gruppo – con un premio del 23,2% sulla media dei prezzi dell'ultimo anno di Italiaonline – e riguarderà l'11% di flottante che resta fuori dal 58,8% di quota di Libero Acquisition e dalle quote dei due fondi. L'offerta è lanciata da Libero Acquisition S.à r.l. e dalla Sunrise Investments, società del gruppo Sawiris. L'ultima delle due, come recita il comunicato depositato nella notte fra venerdì e sabato scorsi, «agirà in qualità di acquirente designato». L'esborso massimo per l'offerta sulle azioni ordinarie è fissato poco sopra i 36,4 milioni di euro. Anche per quanto riguarda le "risparmi" l'offerta è generosa: 880 euro per azione per un esborso massimo di poco inferiore ai 6 milioni. In questo caso, recita sempre il comunicato, «il corrispettivo per azione risparmio incorpora un premio pari al 120%». Advisor dell'operazione è Houlihan Lockey, con Banca Imi intermediario incaricato

del coordinamento della raccolta delle adesioni e Morrow Sodali come Global information.

Il flottante troppo modesto, a penalizzare l'andamento del titolo, è ovviamente fra i motivi alla base della decisione del magnate egiziano. Certo, l'altra soluzione poteva stare nel miglioramento del flottante, come auspicava già all'esordio in Borsa l'ex ad Antonio Converti che nei mesi scorsi ha lasciato l'azienda sostituito da Roberto Giacchi. «A prescindere da considerazioni tecniche legate al fatto che tale operazione risolve una delle principali criticità di Italianoline, ovvero quella di avere un flottante molto ridotto che faceva sì che il valore del titolo non rispecchiasse l'effettivo valore dell'azienda, nella pratica quotidiana questa operazione non modifica nulla per noi», ha scritto ora ai dipendenti l'attuale ad, atteso peraltro alla presentazione del piano industriale 2020-22.

Ad abbandonare Piazza Affari – in una decisione che per Italiaonline porterà minori costi rispetto all'essere quotati e minori impegni a livello di gestione, anche evidentemente in ottica M&A – è anche l'eredità di Seat Pagine Gialle, storica società degli elenchi telefonici, costola della Stet ai tempi dell'Iri e dello Stato imprenditore. Certo, all'epoca del reverse merge le azioni Seat Pg erano "penny stock". E infatti ci vollero mille azioni Seat per una Italiaonline. E si cambiò nome. Oggi la internet company – che offre servizi digitali per le Pmi e che al suo interno riunisce marchi come Libero, Virgilio, Pagine Gialle, Pagine Bianche, TuttoCittà – è una realtà che ha chiuso il primo trimestre con ricavi consolidati a 68,2 milioni (dai 69,5 del primo trimestre 2018, -1,8%), Ebitda a 9,7 milioni (da 12,7 milioni) e un risultato netto di 0,4 milioni (3,9 beneficiando però di una plusvalenza).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LA TV DEL NUOVO MILLENNIO HA UN PROBLEMA DI ALGORITMO

I giovani (e non solo) guardano più YouTube che Netflix, ci trovano divertimento, identità, modelli. Viaggio nella tana del coniglio della piattaforma video, dove radicalismo è viralità

INCHIESTA SULLA NUOVA TV

YouTube ha così tanto potenziale che ormai non sa più come gestirlo e non riesce a liberarsi di estremisti, violenti e perfino pedofili. Il panorama dei nuovi media e il dilemma dei contenuti

*Dal 2012 l'azienda ha
modificato l'algoritmo per
massimizzare la permanenza
sulla piattaforma, creando
un fattore di dipendenza*

*La Federal Trade
Commission americana
sta indagando sull'uso che
YouTube fa dei video
dei bambini*

Noi siamo anziani, guardiamo la televisione (magari in streaming, ma sempre tv è), discutiamo di quanta parte abbia avuto e abbia nell'affermazione del populismo, la costola del qualunquismo che i social media, per noi sempre più anziani, avrebbero (hanno?) trasformato in protesi e poi organismo nuovo, indipendente. Sbrodoliamo ancora sui postumi, gli effetti essenzialmente secondari, gli scoppi ritardati, le eredità del Biscione. E dimentichiamo YouTube, ne sottovalutiamo l'impatto. Perché lo consideriamo un collega della televisione, e sbagliamo parecchio: YouTube non ha niente della televisione, anche se lo usiamo per recuperarne la storia, anche se molti lo usano per dormire (ci sono youtuber specializzati in video ASMR – Autonomous sensory meridian reponse –, che rilassano lo spettatore fino a farlo addormentare, filmandosi mentre spezzano tavolette di cioccolato).

Ogni tanto ci chiediamo se uno dei due sostituirà l'altro, se si fonderanno, se avranno dei figli. Per i ragazzi al di sotto dei 28 anni, intanto, la tele è roba di mamma e papà, due adulti annoiati che cercano in-

trattenimento, mentre per i ragazzi esiste soltanto YouTube (secondo il Pew Research Center, lo usano il 94 per cento degli americani tra i 18 e i 24 anni; in Italia secondo We Are Social è più usato di WhatsApp e Facebook, e non solo dai giovani). Se ne servono per informarsi, cercare, imparare a truccarsi, o a smontare una bici, o ad aggiustare un sifone, o a conquistare una ragazza, per capire meglio "Game of Thrones", per diventare famosi e, ma questo senza volerlo, per diventare e basta, appartenere a qualcosa. YouTube serve a tutto e, naturalmente, sceglie per noi dandoci l'idea opposta, come succede per qualsiasi mezzo a nostra disposizione che sia regolato da un algoritmo. E noi, sempre anziani, ci preoccupiamo e discutiamo animatamente su come questo restringa i campi, gli interessi, gli orizzonti, e ci dia l'impressione di muoverci in avanti, mentre è soltanto una corsa su una cyclette. E' un'altra preoccupazione imprecisa. Ci allarmiamo anche, e questo è più pertinente, per l'irrelevanza dei controlli che la piattaforma esercita sui contenuti e chi li carica.

Il modo in cui YouTube ci mette



in pericolo, invece, dipende prima di ogni cosa da un tipo di algoritmo molto diverso da quello classico, che procede per prossimità ai gusti degli utenti: il “recommendation algorithm”, che propone contenuti sempre più estremi secondo un meccanismo progressivo che viene definito “rabbit hole effect”. Tu sei lì che guardi Massimo Ranieri che canta “Se bruciasse la città” e il video che si carica dopo è “La mia terribile esperienza come au pair” e poi “Ecco cosa vendono nei supermercati americani” e poi “Sette fotografie inquietanti che nessuno è riuscito a spiegare” e così via, di mistero in follia, di follia in paranoia, di paranoia in cospirazione, di cospirazione in setta. E felici corrono le ore. E da che piangevi cantando con Massimo che “Ma chi l’ha detto ma perché non devo più pensare a te”, cominci ad accarezzare l’ipotesi di iscriverti a una qualche brigata di terrapiattisti militanti, che ti convinceranno che gli incendi sono un’invenzione del Pentagono. La città non brucerà mai, lui sposerà una scema, e tu libererai il mondo dalle bugie dei poteri forti.

Dal 2012 l’azienda ha cominciato a modificare l’algoritmo in modo che massimizzasse non più le visualizzazioni dei singoli video, bensì il tempo di permanenza degli utenti sulla piattaforma, creando di fatto un generatore di dipendenza. Risultato: nei tre anni successivi, il tempo che gli utenti trascorrevano su YouTube è cresciuto del 50 per cento all’anno, per la felicità di inserzionisti, Google, creator. Tutti contenti. Sicuro?

Nel 2016, durante l’ultima campagna elettorale presidenziale americana, Zeynep Tufekci del New York Times stava riguardando alcuni video di Trump e s’è accorta che YT gliene riportava molti di suprematisti bianchi e negazionisti dell’Olocausto. Allora, ha cominciato a guardare video di Hillary Clinton e Bernie Sanders per vedere se succedeva la stessa cosa, e in effetti la piattaforma riusciva, in pochi passi, dopo pochi video, a proporle decine di clippini di complottisti, co-

spirazionisti dell’11 settembre, negazionisti dello sbarco sulla Luna e della morte di Elvis. Lo ha raccontato in un articolo diventato famoso (titolo: “YouTube, il grande radicalizzatore”), dove a un certo punto ha scritto: “I video sullo jogging mi conducevano a quelli su come affrontare una maratona. Quelli sul vegetarianismo a quelli sul veganesimo. Per l’algoritmo di YouTube non sei mai abbastanza hardcore: alza continuamente la posta in gioco”.

Quando Tufekci scrive che, con i suoi due miliardi di utenti iscritti (che caricano più di 500 video al minuto, producendo il traffico di dati più alto al mondo, secondo solo a quello di Google), YouTube potrebbe diventare il più grande radicalizzatore del mondo, ha ragione. E non tanto per quello che sappiamo già: i social media consentono agli estremisti (islamici, no vax, incel, suprematisti bianchi) di contattarsi, scambiarsi informazioni, organizzarsi, fare proselitismo. Il punto è che il meccanismo algoritmico del Tubo trasfigura la ricerca dell’ignoto, il bisogno che abbiamo di trovare risposte, vedere cosa c’è dopo, cosa c’è dietro, e li sobilla fino a trasformarli in manie: ci dà la sensazione di appagarli mentre, invece, li affama. Ci suggerisce continuamente che c’è un’altra porta da aprire, e poiché quelle di prima ci avevano portati nei posti sbagliati, ci fa credere che dobbiamo trovarne sempre di nuove, e che dobbiamo farlo da soli. Ci dice che dobbiamo spingerci oltre, sempre, e che per farlo al meglio dobbiamo far parte di qualcosa di nuovo, affiliarci a sconosciuti. E’ il rovescio del contrattualismo, e l’annullamento dell’autolimitarsi per poter vivere in democrazia.

Il problema non è più quanto o come ci aliena il social media, ma cosa ci spinge a diventare e cosa ci esorta a distruggere per farlo. Non che YouTube trami per sovvertire l’occidente, instaurare dittature, soffocare le minoranze. Anzi. Le regole della piattaforma sono chiare: vietano l’incitamento all’odio, le molestie, tentano di ostacolare il cyberbullismo e, non molti giorni fa, la società ha annun-

ciato non solo un aggiornamento di policy che servirà a vietare video che propagandano il neonazismo, il suprematismo bianco, l'omofobia, la transfobia, ma pure una serie di correzioni all'algoritmo che serviranno a ridurre la diffusione di teorie cospirazioniste e notizie false. Da agosto, la visualizzazione del numero degli iscritti a un canale verrà mostrata nel formato abbreviato: potrebbe essere un modo per disincentivare i creator a cercare iscritti forsennatamente, cosa che nella maggior parte dei casi si fa proponendo contenuti sempre più bizzarri, estremi, violenti, insensati. Dal nuovo layout attualmente in via di sperimentazione, probabilmente spariranno anche i commenti (meglio: bisognerà cliccare per leggerli). In ciascuno di questi provvedimenti si legge l'incapacità della piattaforma di andare al cuore del problema e distruggerlo, perché quel problema è la fonte primaria di sostentamento di tutto l'organismo.

Susan Wojcicki, ceo di YT, ha sempre lavorato a Google (che ha comprato YT nel 2006), è finita più di una volta nella classifica di Forbes delle 100 donne più potenti del mondo, ha origini russo-polacche, una famiglia di cervelloni filantropi, ha sostenuto Hillary Clinton alle presidenziali del 2016, e figuriamoci se si sarebbe mai messa alla testa di una fabbrica di mostri. I colossi della Silicon Valley tengono parecchio alla rispettabilità, sanno quanto conta schierarsi dalla parte giusta, ma faticano a rendersi conto che non è più sufficiente. Bellingcat, un sito di inchieste, ha scoperto che nelle chat room di estrema destra YT è una delle fonti principali di "conversione" di chi ne fa parte. Il New York Times ha raccontato di recente la storia di Caleb Cain, un liberale attento alle diseguaglianze sociali che si è imbattuto per caso nei canali di molti creator di destra, attivisti suprematisti o semplici intrattenitori, che su Facebook e Instagram trovano pubblico, ma su YouTube hanno anche occasione di monetizzare, e parecchio, i propri contenuti, e ci si è lasciato trascinare. Ha detto: "Mi sentivo come se stessi scoprendo verità scomode e che questo accresceva il mio potere e la mia autorità". Quel

cambio di algoritmo che sembrava una rivoluzione positiva e che qualche anno fa, a Steve Chen, uno dei fondatori, fece dire "Possiamo guidare i nostri utenti verso qualcosa di diverso, uno status nuovo, e fare così qualcosa di molto di più che raccomandare contenuti a loro familiari", è diventato in poco tempo il più grande alleato dei nemici della piattaforma.

A YT è sfuggito l'algoritmo di mano, e non c'è né modo di riacciuffarlo né voglia, visto che garantisce il 70 per cento delle entrate della piattaforma. Si capisce allora come mai le accuse, sempre più pesanti, che le associazioni di consumatori, i cittadini, i ricercatori, gli ex dipendenti, i grandi giornali rivolgono al colosso, non ottengono risposte sufficienti, oltre a provvedimenti censori, filtri momentanei, aggiustamenti di facciata. A metà giugno, quando la piattaforma ha cancellato il canale del partito sovranista spagnolo Vox, ritenendolo responsabile di veicolare teorie negazioniste e odio razziale, Il Primato Nazionale, la rivista di Casa Pound, ha scritto: "YouTube sta cercando di silenziare ogni afflato di dissenso dalla narrazione sorosiano/mondialista". Un ex dipendente di YouTube ha detto a Vox (il giornale americano) che "Google e YouTube non vogliono davvero intraprendere alcuna azione definitiva contro i canali di estrema destra per evitare che gli estremisti passino per dei perseguitati".

Uscirne è impossibile?

Ci sono altri guai.

La Federal Trade Commission americana sta indagando sull'uso che YT fa dei video dei bambini, dopo che molte associazioni di consumatori e per la tutela della privacy hanno fatto presente che la piattaforma viola il Children's online Privacy Protection Act, che disciplina la raccolta di dati dei bambini al di sotto dei 13 anni: è stato provato che YT ha raccolto informazioni (geolocalizzazione, identificativi unici dei dispositivi, numeri di telefono mobile) per orientare meglio l'offerta, renderla a prova di bambino. L'azienda sa che buona parte del suo pubblico non è adulta ed è per questo che, anche se ne parla, non sposterà mai tutti i contenuti per i piccoli nel canale a loro dedicato, You-

Tube Kids: la piattaforma perderebbe il proprio asse portante.

“Proteggere i bambini è in testa alla nostra lista”, ha detto Jennifer O’ Connor, che a YouTube si occupa di sicurezza. I ricercatori, intanto, continuano a dimostrare che l’algoritmo di YouTube è un alleato involontario della pedofilia: spesso video innocenti e che hanno dei bambini per protagonisti (per esempio il video di una festa in piscina) in pochi passaggi rimandano a contenuti più espliciti, persino pornografici. Non conta quanto un bambino sia coperto o poco visibile in un video: è la progressione dei video che lo seguono a sessualizzarlo. Il meccanismo è il medesimo: si va sempre più a fondo, si viene serviti con qualcosa di sempre più hard core.

Marcus Rogers, psicologo della Purdue University, ha detto che mostrando video di bambini che giocano e, subito dopo, altri che hanno un contenuto sessuale esplicito, c’è il rischio che la pedopornografia venga normalizzata, accettata come una delle tante parti della sessualità. A febbraio scorso, Wired e molti giornali hanno scritto che nei commenti ai video di

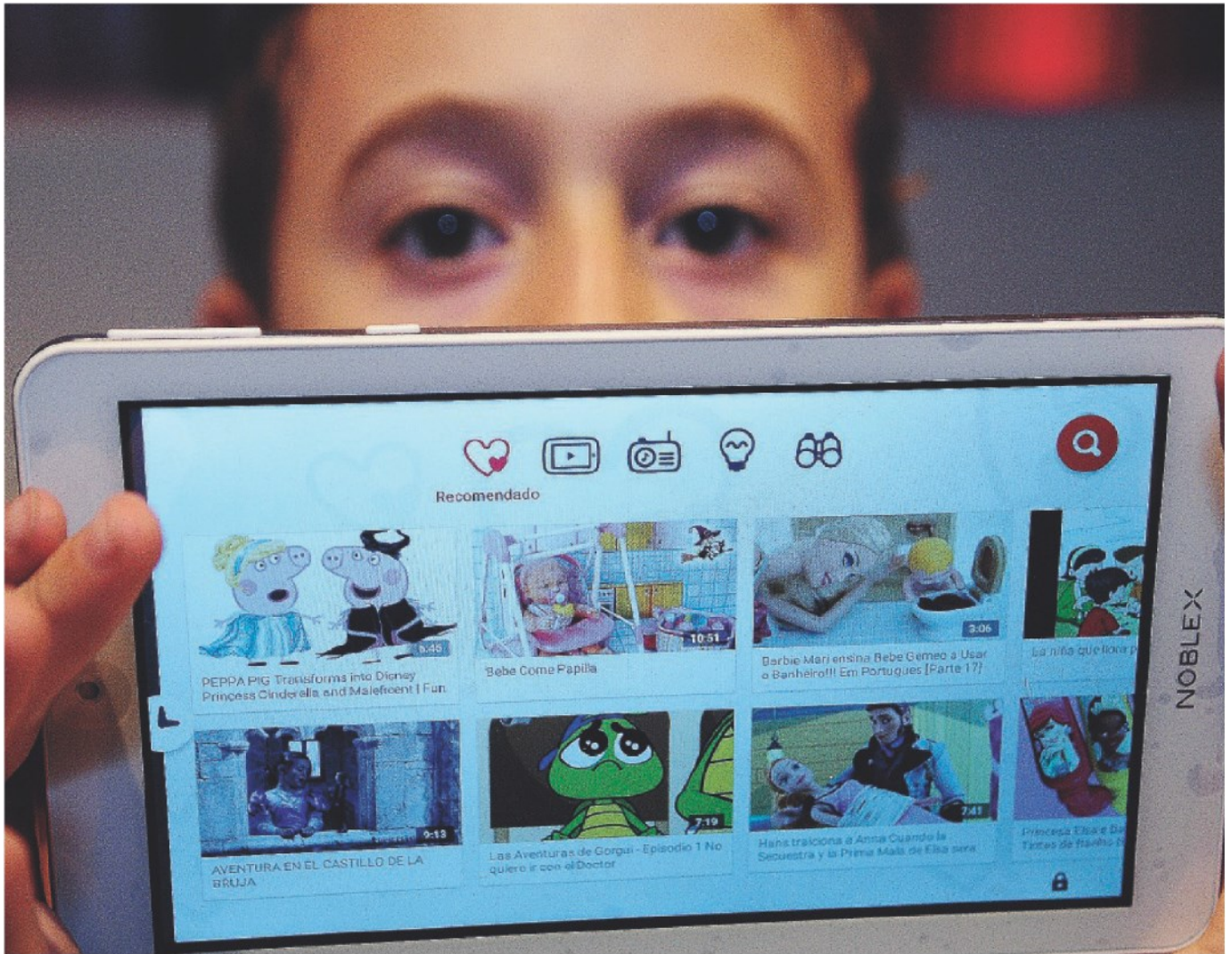
YouTube si nascondevano pedofili che si scambiavano informazioni su video di bambini. La società ha bandito i commenti dai video dei minori.

Nessun social media più e meglio del Tubo è stato ed è capace di infiltrarsi nel contrasto tra espressione e comunicazione, rendendolo una sfida senza vincitori o vinti – su Facebook o Instagram o Tik Tok è già più chiara la polarizzazione verso l’espressione, a scapito della comunicazione. Se sarà la televisione del futuro, o la sua morte (e forse le due cose sono imprescindibili) non conta quanto quello che finora ha creato: la dimostrazione che la produzione di contenuti è in grado di creare una nuova logica di mercato, o non crearne affatto, o ricrearne di continuo, e questa si chiama rivoluzione. Ci sarà una ragione, e dovrà essere buona, se i libri degli youtuber finiscono in classifica. E li leggono i ragazzi, e forse dovremmo anche noi. Non sono mica tutti *incel* estremisti pazzi negazionisti. Ma visto che anche quelli ci sono, Google e YouTube devono trovare la forza di rinunciare a qualche punto percentuale di mercato, e trascinare la tana del coniglio.

Simonetta Sciandivasci



Proteste sotto la sede di YouTube a Londra contro i video violenti ospitati sulla piattaforma (Tolga Akmer / AFP)



Un bambino ha in mano un tablet con installato YouTube Kids (Osvaldo Fanton / LaPresse)

A Tim il premio «Opensignal Awards» per la qualità della rete mobile

■ L'ad di Tim, Luigi Gubitosi (*nella foto*) ha ricevuto, per conto del gruppo, il premio «Opensignal Awards», un riconoscimento che, spiega una nota, «conferma l'eccellenza della rete mobile dell'azienda e il livello della user experience offerto ai clienti». A Tim il premio per aver raggiunto in Italia nel primo trimestre 2019 i risultati più elevati sul mercato in relazione a: «Download Speed Experience» (velocità in download), «Video Experience» (qualità streaming video), «Upload Speed Experience» (velocità in upload) e «Latency Experience» (misurazione del tempo di risposta rispetto a una richiesta effettuata sulla rete Internet).

