

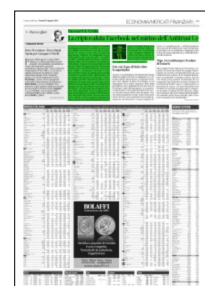
Rassegna del 22/08/2019

Corriere della Sera	33	Sussurri & Grida - La criptovaluta Facebook nel mirino dell'Antitrust Ue	e.cap.	1
Sole 24 Ore	14	La Ue apre indagine sulla criptovaluta di Facebook - Faro antitrust di Bruxelles sulla criptovaluta di Facebook	Soldavini Pierangelo	2
Sole 24 Ore	15	Norme più coraggiose per il Fintech	Sciarrone Alibrandi Antonella	3
Mf	5	L'Antitrust Ue mette nel mirino la Libra di Facebook - Libra nel mirino dell'Antitrust Ue	Zangrandi Giulio	4
Giorno - Carlino - Nazione	25	Intervista a Ruben Razzante - Facebook, crolla il totem dell'algorithm	Caretti Lucia	5
Giorno - Carlino - Nazione	10	Videogiochi Col visore è tutto reale - Guerre e fumetti alla fiera dei videogiochi	Bonzi Andrea	7
Sole 24 Ore	11	Tim e Dazn, trattative per l'offerta sul calcio	Biondi Andrea	10
Corriere della Sera	22	Podcast e radio in Dab+ Così smartphone e cuffie hanno resuscitato la narrazione orale	Cella Federico	11
Avvenire	23	Dal comunicato al video social, le presentazioni dei nuovi acquisti	Cardarelli Antonio	12
Italia Oggi	13	I consumatori preferiscono i brand che promuovono l'inclusione - Diversità, ricchezza per i brand	Greguoli Venini Irene	13
Repubblica	22	Alibaba si piega a Pechino slitta lo sbarco a Hong Kong	Santelli Filippo	15
Sole 24 Ore	12	Alibaba, slitta l'Ipo da 15 miliardi a Hong Kong - Alibaba rimanda la maxi Ipo sulla Borsa di Hong Kong	Fatiguso Rita	16
Stampa	19	Due mesi di proteste a Hong Kong Alibaba rinvia la quotazione sull'isola	Semprini Francesco	18
Sole 24 Ore	9	Amazon, consegne top a Portofino	...	20
Italia Oggi	14	Louboutin vince su Amazon, via la pubblicità delle scarpe	Galli Elena	21
Giornale	19	Golden Power a rischio per le nuove reti 5G	Camera Maddalena	22
Corriere della Sera	19	Trump inserisce Huawei Italia nella lista nera L'azienda: «E una mossa politica»	Cimpanelli Giulia	23
Repubblica	28	Il centro ricerca Huawei di Milano nella lista nera Usa	Santelli Filippo	24
Sole 24 Ore	16	Il caso Cina Anche in Italia Huawei entra nel mirino Usa con il polo tecnologico di Milano - Huawei, anche il centro di ricerche a Milano nella lista nera Usa	Carrer Stefano	25
Stampa	17	Sfida alla Cina Huawei Italia nella lista nera americana	Ruffilli Bruno	26
Foglio	2	Le aziende di Hong Kong mostrano perché Huawei non è indipendente da Pechino	Cau Eugenio	27
Sole 24 Ore	5	Industria 4.0 e bonus Sud: ora a rischio 2 miliardi - Industria 4.0 e bonus Sud: investimenti a rischio, servono 2 miliardi	Fotina Carmine	28
Corriere della Sera	19	La privacy violata del Garante	Pennisi Martina	30
ESTERA				
New York Times International Edition	1	Ci può essere una riforma di Internet?	Warzel Charlie	31

Sussurri & Grida

La criptovaluta Facebook nel mirino dell'Antitrust Ue

(e.cap.) La Commissione europea ha lanciato un'indagine preliminare su Libra, la nuova moneta digitale di Facebook. Secondo un documento Ue, citato in una nota dell'agenzia Bloomberg, l'Antitrust sta «indagando su possibili pratiche anti-concorrenziali». Nel mirino membri e struttura della governance dell'associazione Libra, cioè il consorzio che gestisce la criptovaluta, composto da una trentina membri tra cui i colossi dei pagamenti Visa, Mastercard e PayPal, oltre a operatori telefonici come Vodafone e Iliad e, ovviamente, Facebook. L'Antitrust avrebbe inviato dei questionari ai gruppi coinvolti nel progetto della criptomoneta, per raccogliere informazioni preliminari. L'azienda, guidata da Mark Zuckerberg (foto), aveva annunciato il lancio della moneta entro la fine dell'anno. Una portavoce della Commissione ha spiegato che oltre all'Antitrust anche altre autorità stanno «monitorando gli sviluppi del mercato» delle criptovalute e servizi a pagamento digitali, preoccupate per la gestione di dati personali e finanziari degli utenti. Ma non sono mancate le critiche e le preoccupazioni sulla privacy anche da parte dei responsabili politici. Il presidente Usa Donald Trump in un tweet si è schierato contro Libra dicendo che «se Facebook e altre compagnie vogliono diventare una banca, devono ottenere un nuovo documento di autorizzazione bancaria ed essere soggette a tutte le regole bancarie».



LIBRA**La Ue apre indagine sulla criptovaluta di Facebook**

Libra vedrà la luce non prima del 2020. Ma la criptovaluta di Facebook è già finita nel mirino dell'Antitrust di Bruxelles. Il sospetto è che il progetto possa creare ostacoli alla concorrenza nei confronti degli al-

tri sistemi di pagamento, soprattutto per quanto riguarda i dati sui consumatori. L'indagine, per il momento limitata a una raccolta preliminare di informazioni, si aggiunge alla levata di scudi che ha accolto il progetto di Facebook. — a pagina 14

Faro antitrust di Bruxelles sulla criptovaluta di Facebook

FINTECH

Aperto dossier preliminare su Libra per la valutare una procedura formale

Sospetti di limitazione della concorrenza per informazioni e dati

Pierangelo Soldavini

Non ha ancora visto la luce, ma si è capito da subito che Libra non avrà vita facile. Annunciata poco più di due mesi fa con l'ambizione di diventare nel 2020 l'architrave di un nuovo sistema finanziario globale, la criptovaluta di Facebook continua a scontrarsi con le resistenze del mondo politico ed economico in tutto il mondo, ma anche con i dubbi crescenti degli organismi regolamentari. Ultimo in ordine di tempo è l'Antitrust europeo che ha aperto un dossier per comprendere se ci sono le basi per avviare una procedura per il sospetto che il colosso hi-tech possa sfruttare la posizione dominante in fatto di informazioni e dati.

Si tratta di un'iniziativa del tutto preliminare ma che è indice del nervosismo che circonda il progetto del nuovo sistema di pagamento messo in cantiere da Mark Zuckerberg. La

Commissione europea «sta valutando il potenziale impatto limitativo della concorrenza» della criptovaluta, per valutare i rischi che il sistema di pagamento incentrato su Libra possa creare «potenziali restrizioni alla libera concorrenza» in relazione alle informazioni che saranno scambiate e ai dati dei consumatori, si afferma in un questionario fatto circolare dalle autorità di Bruxelles a inizio mese, stando a quanto riportato da Bloomberg. Da Bruxelles non vengono smentite le indiscrezioni sull'apertura di un dossier.

La blockchain alla base della criptovaluta sarà gestita dalla Libra Association, che raggruppa società tech, operatori tlc, colossi finanziari e soggetti del mondo crypto, tra cui Facebook. Ma allo stesso tempo il social network, che vanta oltre due miliardi di utenti, è l'unico soggetto, tramite la sua divisione Calibra, ad aver già annunciato un wallet digitale per Libra a disposizione degli utenti di WhatsApp e Messenger. Anche se Facebook ha cercato di fare di tutto per lasciare intendere che non sarà la «sua» criptovaluta, è evidente che il timore che il colosso di Zuckerberg possa ampliare il suo enorme potere mettendo le mani anche sulle informazioni finanziarie dei propri clienti, per di più dopo aver dimostrato di avere una gestione quantomeno allegra dei dati personali.

Sull'onda dello scandalo Cambridge Analytica e sotto la pressione del mondo politico, l'Antitrust Usa ha già avviato sui quattro Big Tech di Gafa (Google, Apple, Facebook, Amazon) un'inchiesta formale per verificare se le loro pratiche possano danneggiare la concorrenza. Anche i leader democratici, a partire da Elisabeth Warren, stanno facendo pressione per arrivare a un break-up dei colossi hi-tech. Il progetto Libra guidato da Facebook è quindi arrivato in un clima di grande diffidenza. Dalla Fed a Donald Trump e al suo ministro del Tesoro Mnuchin, dal G7 a più d'una banca centrale in Europa fino alla Bank of Japan, in molti hanno sollevato più d'un dubbio sull'affidabilità e sui rischi di una criptovaluta che si candida ad avere valore davvero globale. Da parte sua Facebook ha chiarito di voler ottenere il via libera regolamentare dalle autorità finanziarie dei paesi in cui vorrà operare. Ma ora Bruxelles apre a nuovi scenari legati alla potenziale posizione dominante nell'ambito delle informazioni e dei dati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



NORME PIÙ CORAGGIOSE PER IL FINTECH

di **Antonella Sciarrone Alibrandi**

Entro fine anno, se la tabella di marcia verrà rispettata, anche l'Italia si potrà dotare di una *regulatory sandbox* nel settore FinTech. Si tratta di una cornice regolamentare entro cui sperimentare, sotto il monitoraggio delle Autorità di vigilanza, nuovi prodotti, servizi e modelli di business nel settore finanziario, creditizio, assicurativo e dei mercati regolamentati, la cui configurazione è abilitata dall'utilizzo di tecnologie innovative (quali l'intelligenza artificiale e i registri distribuiti).

Per il nostro Paese è un passaggio importante, reso possibile dall'introduzione, in sede di conversione del Decreto Crescita (l. n. 58/2019), di alcuni commi all'art. 36, che fissano i principi di fondo di questo nuovo strumento di regolazione, delegando altresì il Mef, sentiti la Banca d'Italia, la Consob e l'Ivass, ad adottare entro 180 giorni uno o più regolamenti per precisare condizioni e modalità di svolgimento di tale sperimentazione.

Non si tratta certo delle prime disposizioni con cui, a livello nazionale, si esprime attenzione per l'innovazione tecnologica in ambito finanziario: si pensi al Decreto Semplificazioni che contiene una definizione di blockchain e smart contract, ma già alla disciplina - la prima in Europa - dell'*equity crowd-funding*.

La previsione del Decreto Crescita è da salutarsi però con particolare favore perché non solo ci consente di affiancarci ad altri Paesi (5 in Europa e numerosi altri nel mondo) che già da tempo utilizzano *sandbox* regolatorie, ma anche di acquisire pieno titolo per un coinvolgimento diretto in recenti, e assai interessanti, iniziative in atto a livello europeo. Ci si riferisce, in particolare, allo European Forum for Innovation Facilitators (Efif), lanciato in aprile 2019 dalla Commissione Europea congiuntamente alle tre ESAs (Eba, Esma; Elopa), allo scopo di favorire - con riguardo all'elaborazione di nuove strategie regolamentari quali le *sandbox* ma anche gli *innovation hub* (semplici "punti di contatto" con le Authority dedicati alle imprese Fintech per rispondere ai dubbi emergenti specie in ordine ai requisiti normativi

richiesti per svolgere le diverse attività) - un approccio pan-europeo, assai più efficace rispetto a tante differenti soluzioni individuate a livello nazionale.

Quello delle *regulatory sandbox* è, peraltro, uno dei temi all'attenzione anche del Regulatory Obstacles to Financial Innovation Expert Group, gruppo di esperti, di cui sono l'unico membro italiano, istituito dalla Direzione Generale Financial Markets della Commissione europea, così come previsto dall'Action Plan sul FinTech del marzo 2018.

Obiettivo ultimo del Rofieg è la stesura di un Report che sostenga la Commissione e il nuovo Parlamento europeo nell'elaborazione di regole in grado di promuovere l'innovazione, al contempo tutelando in modo adeguato interessi quali la stabilità del sistema finanziario e la tutela del risparmio. E in questa prospettiva, al fine di evitare fenomeni di arbitraggio regolamentare, sembra auspicabile procedere se non con la predisposizione di un'unica *sandbox* di portata europea quantomeno con una forte strategia di coordinamento fra i diversi Stati membri.

Tornando all'Italia, un ruolo fondamentale per la messa a regime del nuovo strumento è stato assegnato ai regolamenti attuativi del Mef ed è indispensabile che, nell'emanarli, venga fatto tesoro dell'ampio dibattito in corso a livello internazionale.

Sotto questo profilo, il lavoro è facilitato da una buona impostazione di base della normativa primaria che evita di rivolgersi solo a determinate categorie di soggetti (startup piuttosto che Pmi innovative), focalizzandosi invece sulle attività che si intendono svolgere in modo innovativo.

Ciò significa che potranno avvalersi del periodo di sperimentazione anche soggetti che operano già sui mercati di riferimento (come banche ed altri intermediari) e intendono proporre forme innovative di servizi al di fuori del perimetro oggi consentito loro dalle norme.

Correttamente, viene fatto poi espresso richiamo al principio di proporzionalità, in particolare con riguardo ai requisiti soggettivi (tipologia di enti ammessi - anche in deroga alle forme societarie previ-

ste dalla legislazione bancaria, finanziaria ed assicurativa - requisiti di professionalità degli esponenti aziendali) ed oggettivi (requisiti patrimoniali, governance e gestione del rischio) che dovranno avere i soggetti ammessi alla sperimentazione e rispetto alla delicata fase di passaggio di un operatore dall'ambiente ovattato della *sandbox* all'ordinario contesto di mercato con tutto il suo carico di vincoli normativi.

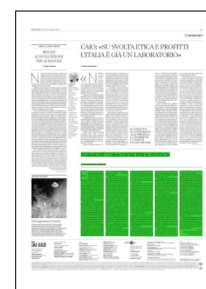
Da valutarsi in modo positivo, è anche l'impostazione multi-settoriale che si è voluto dare alla *sandbox*, da costruirsi secondo un disegno condiviso dalle tre Autorità di settore (Banca d'Italia, Consob, Ivass).

Sotto il profilo della interdisciplinarietà, anche alla luce dell'esperienza maturata dai Paesi che già fanno uso di *sandbox* (e, in particolare, dal Regno Unito, ove la Financial Conduct Authority ha di recente lanciato un Call for Input in vista di una Cross-Sector Sandbox), si potrebbe anzi osare un ulteriore allargamento di prospettiva. In questo senso, un primo passo è stato fatto con il coinvolgimento nel Comitato FinTech (organismo istituito dal Decreto Crescita con funzioni di coordinamento e di carattere consultivo), accanto a Mef, Mise, Ministero per gli affari europei e autorità di vigilanza del settore finanziario, anche dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, del Garante per la protezione dei dati personali, dell'Agenzia per l'Italia digitale e dell'Agenzia delle entrate.

Perché non immaginare allora un ampliamento della platea delle autorità partecipanti in via diretta alla *sandbox*? Può sembrare una scelta coraggiosa ma è questa la direzione in cui si sta andando in Europa.

Prorettore
Ordinario di Diritto dell'economia
Università Cattolica Milano

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'Antitrust Ue mette nel mirino la Libra di Facebook

Pronta un'indagine sulla moneta digitale. Possibile una multa da 1,6 miliardi
Zangrandi a pagina 5

FACEBOOK BRUXELLES PRONTA A UN'INDAGINE PER PRATICHE ANTICONCORRENZIALI

Libra nel mirino dell'Antitrust Ue

Sotto la lente della Commissione la struttura del consorzio deputato alla governance della moneta digitale e l'uso dei dati degli utenti. Il colosso rischia una multa da 1,6 miliardi

DI GIULIO ZANGRANDI

Nuovi guai in vista per Libra, la criptovaluta di Facebook attesa al debutto nel 2020. Dopo l'ostilità dimostrata a più riprese dalle banche centrali e dalla comunità politico-finanziaria internazionale, il progetto di moneta virtuale annunciato dal numero uno del social network, Mark Zuckerberg, è finito nel mirino anche dell'Antitrust Ue.

Secondo quanto riportato dalla stampa internazionale, la Commissione europea sarebbe preoccupata dai possibili comportamenti anticoncorrenziali legati alla struttura organizzativa di Libra Association, il consorzio con sede a Ginevra deputato alla governance della moneta digitale, che oltre alla stessa Facebook, annovera tra i suoi 28 membri colossi del calibro di Visa, Mastercard e PayPal, eBay, Spotify, Booking, Uber, Lyft, Iliad, Vodafone e altri ancora. Nel dettaglio, l'Autorità avrebbe espresso dubbi sulla natura corporativa dell'associazione, troppo chiusa all'ingresso di altri operatori e sull'eccessivo potere di mercato dei suoi membri, idoneo a escludere ingiustamente possibili concorrenti soprattutto «con riguardo alle informazioni scambiate e ai dati personali» raccolti dagli utenti tramite le App (essenzialmente Whatsapp e Messenger) in cui Libra dovrebbe essere integrata.

Come parte di una misura pre-

liminare per raccogliere informazioni, già all'inizio del mese la Commissione avrebbe sottoposto un questionario ai diretti richiedendo un feedback entro tre settimane e ora sarebbe pronta ad avviare un'indagine formale che, qualora le accuse venissero confermate, potrebbe concludersi con l'applicazione di una sanzione fino al 10% del fatturato globale della società, pari alla fine del 2018 a 16,9 miliardi di dollari. Oltre alla divisione antitrust, altri regolatori dell'Ue stanno «monitorando gli sviluppi del mercato nell'area delle criptovalute e dei servizi di pagamento, compresa Libra e il suo sviluppo», ha detto un portavoce del dipartimento dei servizi finanziari della Commissione, facendo probabilmente riferimento, fra le tante aperte negli ultimi mesi, a un'altra indagine preliminare avviata dalle istituzioni comunitarie sull'abuso di posizione dominante da parte del colosso di Menlo Park ai danni delle applicazioni dei concorrenti. La notizia non sembra però aver toccato il titolo Facebook, che a Wall Street trattava in rialzo dello 0,7% a due ore dalla chiusura. (riproduzione riservata)



Mark Zuckerberg



Facebook, crolla il totem dell'algoritmo

La svolta di Zuckerberg: contro le fake news, servono giornalisti in carne e ossa

Facebook sta per rivoluzionare la sua idea di news: farà selezionare le più importanti da una squadra di giornalisti in carne e ossa e non più dagli algoritmi. Secondo il *New York Times*, la piattaforma social ha deciso di assumere giornalisti esperti direttamente da alcuni quotidiani, tra questi anche direttori, che selezioneranno le notizie per *News Tab*, la nuova sezione d'informazione rivolta alla telefonia mobile. A loro spetterà il compito di scegliere le notizie guida, quelle più importanti, mentre gli altri contenuti continueranno a essere selezionati dagli algoritmi. Obiettivo, «fornire notizie personalizzate ma altamente selezionate e vere».



La parola dell'esperto

Il professor Razzante:
«Segnale di ottimismo: in certi casi gli umani sono insostituibili»



Fiuto da reporter

I computer rispondono a criteri commerciali
Il valore di una notizia è questione di sensibilità

Lucia Caretti
■ ROMA

«**SONO OTTIMISTA:** dopo la vampirizzazione dei contenuti giornalistici da parte dei giganti del web, sta iniziando una nuova fase di co-gestione e corresponsabilità». Facebook assume giornalisti che vadano a caccia di «top news». E per Ruben Razzante, cinquant'anni proprio oggi, docente di diritto dell'informazione alla Cattolica di Milano, è una buona notizia.

Professore, Zuckerberg chiede ai giornalisti di correggere l'algoritmo che sceglierà i migliori articoli sul web. Perché?

«Un algoritmo risponde a criteri commerciali e risente di uno sbilanciamento verso il business che il giornalismo non si può permettere, perché il suo fondamento è il racconto della realtà in maniera neutrale, obiettiva e trasparente. Queste cose non si possono insegnare a una macchina, occorre il discernimento degli operatori del settore: gli unici a poter evitare l'anarchia nella circolazione dei contributi informativi».

Un algoritmo può stanare le fake news?

«No, serve la mente umana. E i controlli incrociati tipici del giornalismo. Un algoritmo però può catturare click e trasformarli in profitti. Quello di cui c'è bisogno: altrimenti gli sforzi dei giornalisti vengono

vanificati».

Che ruolo avranno le macchine nelle redazioni?

«Dovremo usarle come moltiplicatori e diffusori dei contenuti. Sul fatto che possano essere anche produttrici e selezionatrici, ho dei dubbi».

E invece i giornalisti?

«Dovranno essere selezionatori e verificatori di una mole infinita di informazioni. Le macchine forniranno loro le notizie in tempo reale. Ma la sensibilità sarà sempre insostituibile. Non si può insegnare a un algoritmo il fiuto della notizia, che è la capacità fondamentale di un buon giornalista. E nemmeno l'approccio metodologico e scientifico che caratterizza la professione».

Le persone riconoscono il valore dell'informazione di qualità?

«Sì, ma è umano che cerchino di non pagare. Per questo bisogna investire su figure che si occupino del dialogo con i lettori. E raccontare come si lavora nelle redazioni. Bisogna fare educazione ai media. È un processo di persuasione lento».

Cos'altro serve per raddrizzare i bilanci?

«Rendere disponibili i contenuti sulle nuove piattaforme. Studiare sistemi più semplici per pagare. Tutto il commercio online cresce. Possono farcela anche i giornali. Ma devono trovare un accordo con i giganti del web, che non vanno crimina-

lizzati».

Da nemici stanno diventando benefattori?

«No, ma dopo aver divorato i contenuti dei media hanno capito che ci perdono anche loro se sul web transita di tutto. Per continuare a fare business devono rifidelizzare gli utenti assicurandoli sul fatto che i loro diritti non saranno violati. Nemmeno quello all'informazione».

Chi può aiutare i giornali a mediare con Facebook e gli altri?

«L'Unione Europea, che ha già dimostrato con la nuova direttiva di non cedere al loro strapotere. E avrà un ruolo chiave per riequilibrare la filiera».

Come bisogna ridistribuire i profitti degli articoli condivisi sui social media?

«I soldi non possono andare solo ai colossi. Devono andare agli editori ma anche all'anello ultimo della catena, i giornalisti, per far crescere l'informazione di qualità».

Resta però un problema di trasparenza. L'algoritmo di Facebook è top secret come la ricetta della Nutella.

«Non sono tenuti a rivelarlo, è un segreto industriale. Però se usano dati sensibili, devono essere trasparenti. C'è un confine molto sottile tra la libertà di impresa e la privacy delle persone. La direttiva Ue ci chiede di farlo rispettare e di legiferare anche sul copyright entro il marzo 2021».





Mark Zuckerberg, 35 anni, fondatore di Facebook

FIERA DI COLONIA

Videogiochi
Col visore
è tutto reale



Servizio ■ A pagina 10

Guerre e fumetti alla fiera dei videogiochi

Colonia, sfida tra colossi a colpi di novità. Con i visori tra gli eroi delle serie tv

Scuderia Fordzilla

Per chi ama le corse, invece, Ford sta reclutando gamer per formare la sua scuderia Fordzilla, che gareggerà nei circuiti virtuali di tutto il mondo

Tendenza 'Indie'

Nintendo metterà in mostra una serie di giochi, inclusa la presentazione delle nuove 'creazioni' indie in arrivo su Nintendo Switch. Presenti alla fiera tutti i protagonisti del settore



il giro d'affari in dollari stimato del settore nel 2020



Il tempo trascorso in media alla console, alla settimana, dagli appassionati

Andrea Bonzi

UNA VITA sola non basta. Se ci si accontenta di quelle virtuali, però, se ne possono vivere quante se ne vuole. Basta fare un salto al Gamescom 2019, la più importante fiera dedicata ai videogiochi in Europa, che si tiene a Colonia fino a dopodomani. Cinque giorni dedicati ad anteprime, prove dal vivo, premiazioni e tornei videoludici della kermesse che intende battere il record di presenze dello scorso anno, quando i visitatori furono oltre 370mila provenienti da 114 Paesi. È una sfida all'ultima innovazione

da parte dei colossi del gaming, un settore che nel 2020 toccherà i 180 miliardi di dollari a livello mondiale, con la Cina a fare da padrona. E che, solo nel nostro Paese, ha un giro d'affari di quasi due miliardi, coinvolgendo 17 milioni di giocatori che stanno su console una media di oltre 8 ore a settimana.

LE NOVITÀ dei grandi marchi – da Nintendo (con Supermario in prima linea) a Sony, passando per Microsoft, Square Enix, Bandai, Namco – sono centinaia, molte delle quali usciranno nei prossimi mesi.

Nel tempo, non è solo cambiata la grafica (l'ultimo accorgimento tecnico da questo punto di vista si chiama 'ray-tracing' e conferisce ai dettagli un realismo mai provato prima) e la profondità delle trame (tratte spesso da film o altri media), ma soprattutto i modi di fruizione. Si moltiplicano i giochi compatibili con i visori per la realtà virtuale (come Oculus Rift e Playstation Vr), che promettono un'esperienza 'totale', con l'appassionato che 'entra' letteralmente dentro mondi fantastici.

E dunque, per chi ha amato il fumetto o la serie tv, cosa c'è di meglio che indossare il visore ed entrare nel mondo di 'The Walking Dead - Onslaught', in cui dovrete sopravvivere insieme a Rick, Daryl e Michonne in un mondo infestato di zombie. Brividi e sobbalzi sembrano garantiti anche da 'Blair Witch' (per Pc e Xbox), survival

horror basato sull'omonima saga cinematografica: andate pure a caccia della strega di Blair nel bosco, ma non guardatela negli occhi!

GRANDE ATTESA, poi, per Death Stranding, l'avventura-evento fantascientifica ideata da Hideo Kojima (il papà di Metal Gear Solid), la cui fama è pari a quella di un grande regista cinematografico: a Colonia si sono viste nuove sequenze di gioco. È già disponibile su PS4 Erica, film interattivo (con attori in carne ed ossa) dove la protagonista dovrà scoprire chi c'è dietro la scomparsa del padre. In questo caso il giocatore deve compiere delle scelte 'a bivio' che influenzeranno lo svolgimento della trama. Anche per gli sportivi le novità non mancano. Al Gamescom c'è stato modo di provare la nuova modalità di Fifa 20, 'Volta' (ovvero 'ritorno' in portoghese): si gioca a calcetto, fino a 5 contro 5, sull'asfalto delle periferie di Buenos Aires, Londra, Roma, come da ragazzini.

PER chi ama le corse, invece, Ford



sta reclutando gamer per formare la sua scuderia *Fordsilla*, che gareggerà nei circuiti virtuali di tutto il mondo. I tornei di e-sport, del resto, connettono oltre 200 milioni di appassionati.

Il supporto fisico è ormai superato: imminente è l'avvento di due piattaforme tipo Netflix, in cui si paga un abbonamento per utilizzare migliaia di videogame caricati su server esterni. Microsoft, con xCloud, sfida Google Stadia, che partirà in autunno (costo: 9,99 al

mese). Tra i titoli spicca *Cyberpunk 2077*, che piacerà ai novelli Blade Runner.

MA A VINCERE il premio della critica è stato *Dreams* (PS4), che si è aggiudicato due Gamescom Awards 2019. A essere messa alla prova è la vostra creatività: sarete un folletto che realizza coloratissimi mondi fantastici e li mette a disposizione degli altri giocatori. Ci si può divertire pur senza sconfiggere alcun avversario.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Anteprime

Come creare mondi fantastici

Durante la Gamescom 2019, Sony permetterà di vedere in azione, *Dreams*, *MediEvil* e *Concrete Genie*, in uscita il prossimo ottobre. Ci sarà poi modo di ammirare anche qualche gioco di altri sviluppatori, ovvero: *Final Fantasy VII Remake*, *Call of Duty Modern Warfare*, *Control* di Remedy e *Granblue Fantasy Versus*

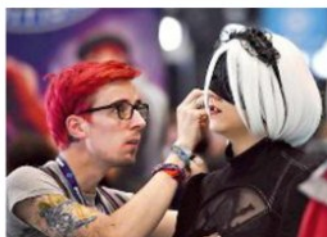
1



SUPERMARIO

Le novità dei grandi marchi, a partire da Nintendo con il solito Super Mario in prima linea, sono davvero centinaia, molte in uscita nei prossimi mesi

2



COSPLAYER

L'edizione 2019 della kermesse, epicentro europeo per i videogiochi, prevede anche aree per e-sport e gare di cosplay

3



BATTAGLIA VIRTUALE

Moltissimi i videogame che simulano guerre - in contesti realistici o fantastici -: il giocatore sfida in prima persona gli amici in combattimenti on line



EMOZIONI Il 'ray-tracing', nuovo accorgimento grafico, dà ai dettagli un realismo mai provato prima

Tim e Dazn, trattative per l'offerta sul calcio

MEDIA E SPORT

Piano per portare su Timvision tutte le partite del campionato italiano

La piattaforma di Perform discute anche con Sky per un canale sulla pay tv

Andrea Biondi

Grandi manovre sul calcio in tv con accordi in discussione che promettono di disegnare un contesto inedito per gli amanti dello sport nazionale. A fare da fulcro c'è Dazn, piattaforma in streaming del gruppo Perform che, accanto alle discussioni con Sky, in questo periodo a quanto risulta al *Sole 24 Ore* è in trattativa anche con Telecom per uno sbarco su Timvision con una formula differente rispetto a quella della semplice app ospitata sul Timbox ma pagata a parte come accade, ad esempio, anche per Netflix.

Le discussioni sono in corso, con molti aspetti ancora da affrontare e mettere a punto. Ma questa trattativa si inserisce all'interno di un movimento più complessivo che riguarda il calcio su tv, tablet, smartphone e via dicendo, con nuove possibilità di visione che probabilmente andranno a svilupparsi a settembre, dopo la sosta successiva alle prime due giornate della Serie A in partenza sabato.

Una trattativa è in corso fra Sky e Dazn che nel suo portafoglio di contenuti, fra le varie cose, ha 3 partite della Serie A in esclusiva, la Serie B, la Liga spagnola, la Ligue 1 francese, la Mls americana. Questi talks dovrebbero portare alla creazione di un canale su Sky (che di suo ha un modello multi-piattaforma fra satellite, fibra e digitale terrestre) sul quale convogliare l'offerta a pagamento di Dazn. Dall'altra

parte a discutere con Dazn è anche la telco guidata dall'ad Luigi Gubitosi che del ruolo di Timvision come aggregatore di servizi e contenuti non ha mai fatto mistero. Non a caso è di fine luglio l'accordo Tim-Sky che si è sostanzialmente in un'offerta di alcuni contenuti-canali di Sky liberamente disponibili per gli abbonati Timvision, ma anche in un bundle Timvision-Now Tv (la piattaforma Ott di Sky) attraverso cui mettere a disposizione anche le 7 partite su 10 di Serie A in esclusiva Sky ogni settimana. "Con TimVision e Now Tv hai il meglio dello sport" a 29,99 euro al mese si legge sul sito Tim.

Il modello che sta maturando sull'asse Tim-Dazn dovrebbe andare nella medesima direzione. Con una particolarità, però, dettata dall'intesa già in essere Tim-Sky. In definitiva, volendo solo concentrarsi sul "prodotto pregiato" Serie A (ma in Dazn c'è ovviamente anche altro), l'intesa con Dazn potrebbe favorire il lancio di un'offerta pay complessiva Timvision con all'interno tutte le partite della Serie A, lasciando ai tre operatori l'onere di regolare i reciproci meccanismi di revenue sharing.

Il vantaggio per Tim è di andare ad ampliare la sua offerta che sul versante sportivo comprende anche i canali Eurosport. La ratio per Dazn è dall'altro canto quella di unire un'ulteriore piattaforma distributiva a quella propria (e a Sky quando sarà finalizzato l'accordo). Non una cosa da poco per il player che opera esclusivamente online (solo per le strutture commerciali e ricettive si basa su infrastruttura Sky). Lo scorso anno la partenza per i clienti retail è stata disastrosa, con problemi di ricezione dovuti a picchi di visione delle partite di calcio che, trasmesse live, mettono sotto stress rete e server. L'avvio del campionato in queste ultime settimane di vacanze estive sarà un nuovo test. Sul quale da Dazn esprimono comunque fiducia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



DIGITAL

Podcast e radio in Dab+ Così smartphone e cuffie hanno resuscitato la narrazione orale

di **Federico Cella**

Una delle più interessanti novità del mondo digitale è la forma di comunicazione più antica: la narrazione orale. Continuamente attratti da schermi di vario genere, i piccoli spazi vuoti abbiamo iniziato a riempirli con storie raccontate. Al di là della liceità o meno di occupare ogni momento libero, il solo audio ha un'invasività talmente bassa da essere il perfetto compagno di altre attività. L'ascolto, da occupazione a cui dedicare tutta la propria attenzione, diventa un tassello del nostro multitasking: durante la corsa mattutina, gli spostamenti sull'auto, le pulizie di casa, anche al lavoro, rigorosamente in cuffia. Parliamo quindi di podcast, format tornato di moda per il motivo di cui sopra (in Italia gli ascoltatori lo scorso anno erano quasi 3 milioni), ma anche della radio. La vecchia radio che quest'anno festeggia i 100 anni dalla prima stazione per uso civile. Cambiano i metodi

di trasmissione, con il Dab+ il formato digitale diventato obbligatorio (senza però uccidere l'analogica FM) sulle auto dallo scorso giugno — e dal 2020 su tutti gli apparecchi radio in vendita —, ma il mezzo che ci porta la sola voce non perde il suo smalto. Sfruttando un potenziale nemico come lo smartphone per essere sempre con noi sotto forma di app. I puristi del genere invitano a non confondere la radio con i podcast. La Bbc addirittura ha stilato un decalogo: un podcast non è un programma radiofonico, anche se un programma radiofonico può essere ascoltato tramite podcast. Ma è la seconda norma che fa chiarezza sulla nuova vita (digitale) della comunicazione orale: le nuove generazioni, che non avranno mai una radio, considerano i podcast la loro radio. Sono la versione on demand del racconto radiofonico spogliato dal palinsesto. Così come sta accadendo con la televisione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Evoluzione

Nel 1995 Norvegia e Regno Unito attivarono i primi canali radio digitali Dab; ora siamo all'evoluzione che è il Dab+



Dal comunicato al video social, le presentazioni dei nuovi acquisti

Ironia, grafiche di impatto e filmati brevi possibilmente virali, progettati per generare migliaia di condivisioni: ma allora oggi Maradona come verrebbe annunciato?

ANTONIO CARDARELLI

C'era una volta il comunicato per l'annuncio di un nuovo acquisto, seguito dalla conferenza stampa con foto di rito. Eventualmente, solo per i nomi più attesi, si poteva organizzare un primo incontro con i tifosi direttamente nel nuovo stadio. Più o meno, fino a qualche anno fa, la prassi per la presentazione dei nuovi acquisti era questa. Poi sono arrivati i social media, e tutto è cambiato. E con il passare delle stagioni di calciomercato la creatività dei club ha raggiunto (o cercato di raggiungere) sempre nuove vette. Come verrebbe presentato, oggi, Maradona al Napoli? Probabilmente il bagno di folla dei 70mila del San Paolo non sarebbe mancato, ma l'*hype social* lo avrebbe sicuramente preceduto. Qualcosa di simile è successo per l'arrivo del terzino brasiliano Dani Alves al San Paolo, con 45mila tifosi in delirio al Morumbi. Ma non tutti gli acquisti sono in grado di generare un'attesa simile, così nella maggior parte dei casi la parte più interessante - per tifosi e semplici curiosi - sta proprio nel godersi gli annunci via social. Ovviamente le scelte possibili sono molteplici, ma ogni stile in qualche modo riflette il dna di una società o la personalità del presidente. Come dimenticare la teatralità della presentazione di Gokhan Inler al Napoli, con l'ex Udinese che entra in sala stampa indossando una maschera da leone dopo il finto mancato annuncio di De Laurentiis? Sono passati solo otto anni, ma sembra un secolo fa. Nel frattempo i social hanno cambiato tutto e le società si sono adattate alle nuove esigenze: grafiche di grande impatto, idee non convenzionali, video brevi e possibilmente virali, cioè pianificati per generare migliaia di condivisioni. Alcune vol-

te l'acquisto è talmente clamoroso - vedi Cristiano Ronaldo alla Juve - da non avere bisogno di idee complesse. Nel tweet per l'annuncio ufficiale della Juventus CR7 era una sagoma che si stagliava sul suo stesso nome. In altri casi le società partono da una caratteristica che distingue il nuovo giocatore per costruire un racconto - il famigerato storytelling - da veicolare sui social. Romelu Lukaku, oltre a essere un attaccante prolifico, è alto un metro e novanta per oltre novanta chili? Ecco il video in cui il belga si trasforma in un gigante che fa tremare la sede dell'Inter. Joao Felix è il giovane più forte in circolazione? L'Atletico Madrid lo porta nell'unico edificio in cui il suo #PuroTalento (hashtag immancabile nel linguaggio social) può essere ospitato: il museo del Prado di Madrid. Oppure, come ha fatto il Cagliari per annunciare Rog, il video si collega alla nuova stagione di una serie famosa, *La casa di carta* su Netflix. Altre volte il nome del giocatore non manca, ma dal modo in cui viene comunicato traspare il momento vissuto dalla società: è il caso di Higuain al Milan, fotografato lo scorso anno in una anonima stanza di una clinica per le visite mediche.

Ma l'arma che vince quasi sempre sui social è l'ironia. Gli esperti di comunicazione lo sanno, e il caso della Roma lo dimostra alla perfezione. Soprattutto nelle due passate stagioni i giallorossi hanno creato dei piccoli capolavori con le presentazioni di Kolarov che risponde con un impassibile "no" alle proposte inverosimili del creativo o con quelle di Under e Drefel. Indimenticabile, poi, il "Come to Besiktas" trasformato in un vero e proprio rebranding dalla società turca grazie agli attori improvvisati Quaresma, Pepe e Negro. E siccome l'ironia non costa nulla, anche le società con minori mezzi hanno potuto fare la differenza. Come il Livorno, che presentando il terzino Michelangelo Albertazzi ha sfruttato "l'irreprendibile Albertazzi" di Aldo Baglio nel film *Chiedimi se sono felice*.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



BUSINESS DELLA DIVERSITÀ

I consumatori preferiscono i brand che promuovono l'inclusione

Greguoli a pag. 13

La responsabilità sociale d'impresa non significa più solo attenzione all'ambiente

Diversità, ricchezza per i brand

I consumatori preferiscono chi promuove l'inclusione

DI IRENE GREGUOLI VENINI

Se tradizionalmente responsabilità sociale di impresa significa soprattutto attenzione alla sostenibilità e all'ambiente, oggi sta assumendo sempre più peso l'impegno dei brand per promuovere l'inclusione di tutte le forme di diversità, che siano sociali, di genere, di abilità, di etnia. Anche perché fa bene al business: i consumatori preferiscono acquistare i prodotti di brand che percepiscono come inclusivi, ne parlano bene e gli sono fedeli. Tra i marchi che hanno scelto di investire su questo fronte ci sono per esempio Coca-Cola, Google, Carrefour e Just Eat.

«Il concetto di responsabilità sociale tradizionalmente legato all'ambiente si è evoluto, arricchendosi di una serie di nuove connotazioni legate alla diversità e all'inclusione anche perché negli ultimi anni sono emerse una serie di tematiche legate per esempio all'età, al genere, alla disabilità, all'etnia», spiega **Maria Carmela Ostilio**, docente di marketing della Sda Bocconi - School of Management. «I consumatori vogliono brand impegnati in maniera trasversale su tutte le forme di diversità: essere focalizzati su una singola forma non è premiante, mentre consumatrici e consumatori apprezzano i marchi che fanno dell'inclusione una bandiera a 360 gradi».

Infatti, considerando tutte le forme di diversità, che

si tratti di genere e identità di genere, età, orientamento sessuale e affettivo, credo, disabilità, status socio-economico o etnia, «si ha una numerica di persone che in realtà è la maggioranza del mercato: un soggetto che non abbia direttamente o indirettamente un contatto con una o più forme di diversità è raro», osserva **Emanuele Acconciamesa**, coo di Focus Management, società di consulenza strategica impegnata, insieme a Diversity (associazione attiva nella diffusione della cultura dell'inclusione), per sensibilizzare le aziende su questi temi. «Quindi parlare di inclusione non significa rivolgersi a una nicchia ma a tutti. E questo si traduce in un comportamento di acquisto da parte di consumatrici e consumatori: tre persone su quattro scelgono un brand considerato inclusivo e questa percezione alimenta l'idea che l'azienda sia fortemente orientata al cliente, il che si riflette su reputazione, sulla fedeltà e sul passaparola».

In concreto questo vuol dire anche migliori performance di business: secondo uno studio condotto da Diversity e Focus Management, i marchi che investono in diversità e inclusione registrano una crescita nei ricavi fino al 20% in più rispetto a brand non inclusivi e generano più passaparola positivo.

In questo quadro fondamentale è la comunicazione, intesa non solo come pubbli-

cià ma anche come attività territoriali, collaborazioni con associazioni e così via: non basta infatti applicare politiche interne inclusive, sulle sole risorse umane, ma occorre anche comunicare questo approccio al mercato. Tra le aziende che stanno investendo su questo fronte ci sono per esempio **Coca-Cola** con diverse iniziative: per esempio la partnership con Special Olympics, rassegna sportiva dedicata alle persone con disabilità intellettiva, ma anche un progetto di agricoltura sociale per la filiera agrumicola siciliana rivolto a giovani, donne, soggetti svantaggiati e immigrati, oltre a spot in cui spesso il tema della diversità è presente ed edizioni dei prodotti dedicati a eventi come il Pride.

Un'altra azienda che sta puntando su questo aspetto è **Google**, che tra le altre cose ha attivato un progetto sul territorio per lo sviluppo delle competenze digitali, dedicato a un target di donne per favorire l'imprenditoria femminile.

Poi c'è **Carrefour** che ha introdotto la cosiddetta Quiet Hour (ora della quiete) in alcuni negozi: per rendere



agevole la spesa alle persone che soffrono di autismo e alle loro famiglie, in determinate fasce orarie in alcuni giorni vengono create condizioni di particolare tranquillità, riducendo al minimo gli annunci alla clientela e diminuendo l'intensità di illuminazione, con una cassa dedicata. Oltre a ciò, grazie a un protocollo d'intesa siglato con l'Ens (Ente Nazionale Sordi), l'ipermercato dell'insegna di Collegno, in provincia di Torino, è impegnato in un programma di formazione dei propri collaboratori alla lingua dei segni italiana, mentre l'ipermercato di corso Monte Cucco a Torino ha firmato un accordo con Uici (Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti) per avviare un progetto pilota di formazione dei collaboratori del punto vendita a supporto dell'intera esperienza di spesa delle persone non vedenti e ipovedenti.

Un altro marchio che si sta attivando è Just Eat, l'app per ordinare online pranzo e cena a domicilio, che è stata sponsor di Milano Pride 2019 con il progetto #JustAmore, in cui rientra un cortometraggio online che racconta la storia d'amore tra due personaggi animati, una fetta di pizza e un ananas, a simboleggiare l'idea che non esistono unioni sbagliate, e diverse iniziative sul territorio durante l'evento come un food truck con i colori dell'arcobaleno che ha distribuito fette di pizza con l'ananas gratuitamente.

—© Riproduzione riservata—■



Rinviata la quotazione in Borsa

Alibaba si piega a Pechino slitta lo sbarco a Hong Kong

L'indice azionario ai minimi da 7 mesi
Le proteste frenano l'economia della città

di **Filippo Santelli**

HONG KONG – Proteste, lacrimogeni e cori contro la Cina non sono il clima ideale per quotarsi a Hong Kong. Men che meno se l'azienda è un campione hi-tech cinese, Alibaba, e il fondatore, Jack Ma, un membro del Partito comunista. Maestro Jack ha pensato bene di evitare assist alla città ribelle, rinviando l'approdo alla Borsa locale del suo e-commerce. La decisione, secondo *Reuters*, sarebbe maturata una settimana fa, legata al caos che avvolge l'ex colonia inglese, con la Borsa ai minimi da 7 mesi. E l'effetto è di aggiungere pessimismo al pessimismo. Per il listino di Hong Kong, il collocamento di Alibaba (il secondo dopo New York) è l'evento dell'anno, tra i 10 e i 15 miliardi di dollari. Se ne riparlerà forse a ottobre, ammesso che la situazione sia tornata tranquilla. Così per non fare il gioco di Hong Kong, Alibaba finisce per favorire quello di Pechino. In questa battaglia la Cina sta usando le cattive per far sì che le aziende che operano nella metropoli restino fedeli alla sua linea, chiedano il ritorno all'ordine o addirittura condannino i "rivoltosi". L'incidente di Versace, colpevole di aver avalato su una t-shirt l'indipendenza

della città, è poca cosa, risolto con tante scuse e il macero delle magliette. Ben più grave è la tempesta che ha travolto Cathay Pacific, la compagnia aerea dell'ex colonia britannica, boicottata dalle autorità comuniste dopo che diversi dipendenti hanno partecipato alle manifestazioni. Dietro alle dimissioni dell'amministratore delegato Rupert Hogg ci sarebbe la richiesta di Pechino di fornire una lista dei dipendenti sediziosi: lui ne avrebbe presentata una con un solo nome, il suo. Al timone ora c'è una persona gradita, Augustus Tang, che ha subito annunciato tolleranza zero per le «attività illegali». Un regolamento di conti clamoroso, visto che Cathay è una società privata di Hong Kong, mica un'azienda di Stato, e che l'azionista di maggioranza Swire ha sede legale a Londra.

Segno che neanche le molte imprese internazionali con uffici nella Perla d'Oriente possono ritenersi al sicuro da pressioni. Anche se, quando si tratta della Cina, molte sono già di loro portate a piegare la testa. Il guaio è che parecchi dipendenti locali sono giovani colletti bianchi ben istruiti, il prototipo del manifestante anti-Cina. La scorsa settimana un gruppo di lavoratori dei quattro giganti della revisione contabile, Kpmg, EY, Deloitte e PwC, ha acquistato in forma anonima una pagina sul quotidiano democratico *Apple Daily*, chiedendo il ritiro della legge sull'estradizione. Subito le aziende sono corse a dissociarsi. Evitando la rottura con Pechino, ma rischiando una con Hong Kong.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I protagonisti

Alibaba

Il colosso del commercio online cinese ha rinviato la quotazione a Hong Kong

Cathay Pacific

L'ad della compagnia aerea si è dimesso dopo che molti dipendenti hanno partecipato alle manifestazioni e Pechino ha minacciato un boicottaggio

I quattro big

I lavoratori delle società Kpmg, EY, Deloitte e PwC, hanno comprato una pagina di un giornale locale appoggiando la protesta. Le società si sono dissociate



LAM YIK FEI/BLOOMBERG

▲ Il magnate cinese

Jack Ma, 54 anni, imprenditore cinese, ex insegnante di inglese, è fondatore e presidente di Alibaba, una delle maggiori compagnie di commercio online al mondo

Il big cinese Alibaba, slitta l'Ipo da 15 miliardi a Hong Kong

Le proteste in corso a Hong Kong hanno spinto Alibaba a posticipare l'attesa quotazione fino a 15 miliardi di dollari alla Borsa dell'ex colonia britannica.

— Servizio a pagina 12

Alibaba rimanda la maxi Ipo sulla Borsa di Hong Kong

HI TECH

Il caos politico spinge il colosso cinese a rinviare l'operazione in autunno

Il mese scorso anche Anheuser-Busch InBev ha annullato la quotazione

Rita Fatiguso

Troppo caos a Hong Kong, e il gigante dell'e-commerce cinese, Alibaba Group Holding Ltd, fa slittare la quotazione da 15 miliardi di dollari alla borsa di Hong Kong prevista a fine agosto. Le proteste di massa che vanno avanti da settimane stanno colpendo a fondo il sistema finanziario dell'ex colonia britannica con effetti collaterali ancora non stimabili appieno.

Non è il primo caso di slittamento, questo: il mese scorso Anheuser-Busch InBev ha annullato un'Ipo su Hong Kong da 9,8 miliardi di dollari. Quella di Alibaba doveva essere, perdipiù, l'Ipo stellare da almeno sette anni a questa parte dopo che Hong Kong l'anno scorso ha allentato le regole proprio per calamitare i giganti della tecnologia

cinesi quotati all'estero. Invece il fiore all'occhiello, Alibaba, appunto, adesso prende tempo.

Charles Li, Ceo della borsa di Hong Kong, non demorde, si è detto «fiducioso che aziende come questa alla fine troveranno una casa qui, perché questa è la loro casa e penso che arriveranno. Non so quando, però». Infatti non c'è un nuovo calendario, ma sembra che la mossa sia rinviata ad ottobre nel tentativo di raccogliere una somma tra i 10-15 miliardi di dollari in attesa che la situazione si calmi.

La decisione di far slittare da fine agosto a (forse) ottobre la quotazione è stata adottata dalla società in considerazione anche del fatto che la scorsa settimana l'indice Hang Seng, ovvero il principale indicatore di borsa, è sceso ai minimi da sette mesi a questa parte.

Difficile in queste condizioni procedere con quello che si prospettava come una quotazione monstre o, almeno, la più consistente degli ultimi anni.

In aggiunta Alibaba, il ramo di Yahoo che detiene la partecipazione della società in Alibaba, ha annunciato l'intenzione di vendere fino alla sua intera quota dell'11% ma Alibaba aveva espresso la volontà prima procedere al listing su Hong Kong.

Questa contromanovra frustra le velleità di Hong Kong di riprendere fiato come hub finanziario di primo livello in Asia: l'abbraccio con Mainland China finora ha fatto pendere la bilancia dalla parte di Pechino che è riuscita con successo a installare la doppia stock connection Shanghai-Hong Kong e Shenzhen-Hong Kong. I due canali sono riusciti a veicolare flussi di investimento a detrimento della crescita dell'ex colonia passata 22 anni fa alla Madrepatria.

Ma l'expertise finanziario hongkonghino resta cruciale e di qui il tentativo di rimpolpare i listini convincendo il più grande tra i giganti dell'high-tech, Alibaba, a quotarsi anche a Hong Kong dopo Wall Street.

Ma la politica ha le sue ragioni (anche irrazionali) che la finanza non riesce a superare con i propri mezzi e i tumulti che tengono in scacco Hong Kong, purtroppo, ne sono la prova lampante. Certo per Alibaba un'Ipo azzardata avrebbe creato più problemi di quelli che si vogliono risolvere in una congiuntura economica globale molto complicata. Se ne riparla in autunno sperando che gli animi si placino.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Ipo rinviata.
Il campus di Alibaba Group nello
Hangzhou

LA SOCIETÀ È GIÀ IN BORSA A NEW YORK. CON LA NUOVA OPERAZIONE PUNTA A RACCOGLIERE 15 MILIARDI DI DOLLARI

Due mesi di proteste a Hong Kong Alibaba rinvia la quotazione sull'isola

Il gigante cinese del commercio elettronico vuole evitare problemi politici con Pechino

235

I miliardi di dollari
che misurano
la capitalizzazione
di Alibaba

FRANCESCO SEMPRINI
NEW YORK

Le proteste di Hong Kong fermano il «genio» del commercio elettronico. Alibaba ha deciso di posticipare la quotazione sulla Borsa dell'ex colonia britannica, a causa delle incalzanti manifestazioni in corso contro le leggi repressive del regime di Pechino. Una scelta, quella del colosso cinese dell'e-commerce, dettata da motivi di opportunità politica ma anche di fattibilità tecnica. «La quotazione sarebbe stata un grande regalo a Hong Kong», spiegano fonti vicine all'operazione, e «considerando ciò che sta accadendo avrebbe creato non pochi fastidi a Pechino». L'offerta pubblica iniziale (Ipo) di Alibaba Group Holding, società con sede a Hangzhou e valore di mercato di 235 miliardi di dollari, punta a raccogliere fino a 15 miliardi di dollari e sarebbe la più importante dell'anno in corso. Il gruppo ha chiuso il periodo tra aprile e giugno con ricavi in crescita del 42% a

16,74 miliardi di dollari e un utile netto attribuibile ai soci di 2,7 miliardi (+150%). «Un ottimo trimestre che ha visto ampliare la nostra base a 674 milioni di consumatori attivi annuali - ha commentato l'amministratore delegato Daniel Zhang - Continueremo ad rafforzare l'efficienza operativa e garantire una crescita robusta. Proseguiremo a investire in tecnologia e a portare trasformazione digitale in milioni di aziende in tutto il mondo».

I numeri facevano presagire un esordio strepitoso sulla borsa del Dragone, dopo quello da 25 miliardi di dollari avvenuto nel settembre 2014 sul Nyse che ha segnato il record assoluto. Certo la quotazione «in casa» è stata sempre considerata affare più complesso, a causa dello stretto controllo della Cina sul commercio transfrontaliero di titoli azionari, ma i disordini di Hong Kong hanno aumentato la complessità di molto. Ora bisognerà attendere almeno sino a ottobre.

L'approdo in Borsa del colosso fondato da Jack Ma è comunque un'opportunità per tutti in Cina. Hong Kong lo scorso anno ha allentato le regole di governance per attirare i giganti della tecnologia del Dragone quotati

all'estero, e Alibaba sarebbe il primo a sperimentare il nuovo regime. «Sono fiducioso che aziende come questa alla fine troveranno una casa qui, perché questa è la loro sede naturale. Sono sicuro che in molte arriveranno qui, non so quando, però», ha risposto l'amministratore delegato della Borsa, Charles Li a chi chiedeva se le turbolenze di Hong Kong potrebbero influenzare la quotazione di Alibaba.

L'approdo del colosso del commercio elettronico a Hong Kong è importante anche per la Cina, che ha lavorato per dare agli investitori continentali un ruolo più importante nel finanziamento del settore tecnologico in rapida crescita del Paese. L'accordo di Alibaba deve anche superare un ostacolo tecnico: ottenere l'approvazione del comitato di quotazione del mercato, un gruppo indipendente di 27 professionisti del settore il cui consenso è necessario per tutte le vendite di azioni in prima quotazione. La società ha discusso con il comitato ma non ci sarebbe ancora l'approvazione formale. Anche per questo, spiegano fonti vicine all'operazione, non aveva senso muoversi troppo rapidamente. —

© BY NND ALCUN DIRITTI RISERVATI





Il successo di Alibaba testimonia la capacità dei cinesi di cavalcare l'onda della New Economy

Amazon, consegne top a Portofino

LOGISTICA

Analisi del gruppo sulle località più servite durante le vacanze

Amazon viene in vacanza con te: stilata la classifica delle quindici località di villeggiatura in cui si consegna di più durante l'estate 2019. Al primo posto Portofino, seguita da Acciaroli nel Cilento e dall'Isola del Giglio. Completano la Top 5 Marina di Strongoli e le Isole Tremiti.

Menzione d'onore per i clienti Amazon che hanno scelto di trascorrere le loro vacanze in Calabria. La regione conta, infatti, ben 3 località in classifica: Marina di Strongoli, la zona di Zambrone e Cariati.

In sesta posizione invece la meta imperdibile per chi sceglie le vacanze all'insegna del mare, del divertimento e della moda: Forte dei Marmi. Presenti in classifica anche Numana, alle pendici meridionali del monte Conero, Tresnuraghes in Sardegna, San Felice Circeo nel Lazio

e Rodi Garganico in Puglia.

Chiudono la graduatoria le isole Eolie e Molveno sulle Dolomiti, l'unica località turistica montana presente in classifica.

Grazie alla sua rete di distribuzione, alla capillarità di Poste Italiane, tra i principali fornitori dei servizi di consegna degli ordini e al contributo di tutti gli altri partner logistici, Amazon offre ai suoi clienti numerose opzioni per ricevere i propri ordini.

Oltre la classica consegna a casa tramite corriere, i clienti Amazon hanno inoltre la possibilità di scegliere tra varie modalità di recapito degli ordini sulla base delle loro esigenze, anche in vacanza.

Gli utenti infatti possono usufruire del servizio di ritiro presso migliaia di punti di ritiro (uffici postali, edicole, bar, librerie, tabaccai, etc.) oppure presso armadietti automatici di ultima generazione, denominati Amazon Locker, accessibili 24 ore al giorno tramite un codice univoco fornito al momento dell'acquisto su Amazon.it.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Louboutin vince su Amazon, via la pubblicità delle scarpe

DI ELENA GALLI

Louboutin batte Amazon 1 a 0. Finisce così il primo grado della battaglia legale che vede il produttore francese di calzature di lusso contrapposto al colosso dell'e-commerce. Il tribunale dell'impresa francofono di Bruxelles ha stabilito, in una sentenza che potrebbe fare giurisprudenza, che Amazon non potrà più fare pubblicità alle scarpe Louboutin commercializzate senza il consenso del produttore. In caso contrario, rischia un'ammenda di 50 mila euro al giorno, fino a un massimo di 50 milioni.

Le calzature Louboutin, famose per la caratteristica suola rossa, si possono acquistare esclusivamente nelle boutique del marchio francese e mai online. Tuttavia il brand di lusso ha rilevato la presenza di oltre un centinaio di pubblicità aventi a oggetto le proprie calzature contraffatte sui siti francese e tedesco di Amazon, senza che vi fosse il suo consenso.

È così che Christian Louboutin, difeso dall'avvocato Thierry Van Innis, ha deciso di avviare

un'azione legale presso il tribunale dell'impresa di Bruxelles, che ha seguito a grandi linee la tesi del legale. Secondo il tribunale, le pubblicità in questione mirano a promuovere non solo le calzature oggetto del contenzioso, messe in circolazione senza il consenso del produttore, ma anche il gruppo Amazon, i suoi servizi, le sue attività e i suoi prodotti.

Il giudice ha quindi ritenuto che il colosso dell'e-commerce non solo abbia fatto uso di articoli contraffatti in violazione del marchio, ma abbia anche acquistato spazi pubblicitari sui media (come per esempio il quotidiano britannico *Guardian*) al fine di fare pubblicità per i propri servizi e per prodotti che imitavano la celebre suola rossa di Louboutin. Il tribunale ritiene infine che, mettendo in vendita le calzature contraffatte, Amazon abbia violato i diritti del marchio Christian Louboutin.

— © Riproduzione riservata — ■



LE CONSEGUENZE DELLA CRISI DI GOVERNO SUL RIASSETTO DELLE TLC IN CORSO

Golden Power a rischio per le nuove reti 5G

E nella fusione con Telecom tra infrastrutture Open Fiber potrebbe essere favorita

Maddalena Camera

■ La crisi di governo frena gli auspici di chi, occupandosi di sicurezza informatica, contava su tempi brevi per l'approvazione di una legge capace di provvedere alla valutazione delle possibili vulnerabilità dei componenti delle reti 5G. Quelle insomma che saranno capaci di transitare sul web trilioni di dati più o meno sensibili, a grande velocità. La misura che estendeva al 5G il Golden Power, ovvero la normativa sulle prerogative «speciali» che lo Stato può usare a difesa degli asset strategici per la sicurezza nazionale, nonché per le attività rilevanti in ambiti come l'energia, i trasporti e le telecomunicazioni, era partita a maggio per poi subire un brusco arresto. Ora certamente il decreto sul Golden Power 5G non sarà convertito in legge a metà settembre, con grande gioia di un importante player del settore come Huawei, ma anche tutte le misure che dovevano essere prese a livello legislativo per assicurare elevati standard di sicurezza delle reti che con il 5G diventeranno sempre più importanti, subiranno una battuta d'arresto dato che non c'è un esecutivo in carica. E sul piat-

to c'è anche un'altra questione.

Il dossier sulla fusione tra la rete di Telecom e quella di Open Fiber, società che fa capo a Cdp e Enel che era stata fortemente voluta dall'esecutivo guidato da Matteo Renzi, cioè dal Pd. E dunque si potrebbe pensare che un esecutivo giallorosso tra grillini e Partito Democratico potrebbe dare nuovo vigore all'ipotesi, cara al presidente di Open Fiber Franco Bassanini, di Open Fiber pigliatutto. Certo in questo caso saranno gli azionisti delle società in questione a decidere ma anche la politica, che fino ad oggi non si è dimostrata molto interessata alla questione, potrebbe spingere in una o nell'altra direzione. Non c'è dubbio comunque che Open Fiber, guidata da Elisabetta Ripa (ex- Telecom) abbia favorito lo sviluppo dell'infrastruttura in fibra ottica per le tlc. Con Telecom che ha comunque dovuto rivedere le strategie sulla rete in rame per competere nella realizzazione di una infrastruttura a banda ultralarga. Da sottolineare che grazie a questi sforzi oggi l'Italia, secondo la Digital Agenda Scoreboard dell'Ue, può vantare di avere circa l'80-90% delle abitazioni coperte da rete a banda ultralarga (almeno 30Mb), che ha comunque una importante componente in rame.



IN ATTESA Elisabetta Ripa, ad di Open Fiber




Il centro di ricerca di Milano

Trump inserisce Huawei Italia nella lista nera L'azienda: «È una mossa politica»

 di **Giulia Cimpanelli**

Qualche concessione e tante nuove strette. Ma questa volta, nella «lista nera» di Donald Trump del commercio con gli Stati Uniti c'è anche l'Italia. Tra le filiali e i centri di ricerca del colosso cinese inseriti nella nuova *Entity list*, infatti, c'è Huawei Italia, con il Microwave R&D Center di Segrate, Milano. In concomitanza con una nuova moratoria di 90 giorni per consentire a Huawei di continuare ad acquistare alcuni prodotti da partner statunitensi, il Dipartimento di commercio americano ha pubblicato la nuova lista, in cui ha inserito il 20 per cento dei centri globali di innovazione: almeno undici tra i principali centri di ricerca della società, incluso quello italiano, guidato dallo scienziato Renato Lombardi e specializzato nello studio delle microonde usate ad altissime frequenze nella comunicazione mobile e satellitare. «Colpisce anche le aziende Usa, che perderebbero alcuni tra i loro clienti più importanti. L'America dà un segnale di ulteriore stretta. Ha motivazioni politiche e non ha nulla a che vedere con la sicurezza nazionale», dicono da Huawei Italia. Di fatto, il provvedimento non tocca direttamente la filiale italiana che, divisa tra una sede commerciale con 800 dipendenti e il centro di ricerca, non ha rapporti diretti con aziende Usa. Queste, infatti, commerciano con le sedi produttive di Huawei, non presenti in Italia. Il centro di ricerca, nato nel 2008 a Segrate, impiega un centinaio di ricercatori e collabora con 15 atenei italiani tra cui il Politecnico di Milano e l'Università di Pavia, dove ha appena investito 1,7 milioni di dollari e «arruolato» una decina di ricercatori per avviare il Microelectronics Innovation Lab. «Abbiamo una grande sinergia con le università — dice Lombardi —: supportiamo la formazione di studenti e siamo riusciti a riportare in Italia alcuni «cervelli». Huawei investe 2 milioni di dollari all'anno in progetti in collaborazione con i centri di ricerca degli atenei italiani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Al vertice


● Ren Zhengfei, 74 anni, fondatore e presidente della multinazionale cinese Huawei



Il centro ricerca Huawei di Milano nella lista nera Usa

dal nostro inviato
Filippo Santelli

HONG KONG – Il boicottaggio americano nei confronti di Huawei arriva in Italia, mettendo nel mirino le società costituite dal colosso delle telecomunicazioni cinese nel nostro Paese, compreso il laboratorio sulle microonde di Milano. Lunedì scorso il dipartimento del Commercio Usa ha esteso per altri 90 giorni la possibilità per le aziende statunitensi di rifornire Huawei, nonostante sia stata inserita in “lista nera” per motivi di sicurezza nazionale. A fianco a questo gesto di distensione però, una tregua che potrebbe essere solo temporanea, il governo americano ha aggiunto alla “blacklist” altre 46 controllate dalla società di Shenzhen, tra cui Huawei Italia, la filiale commerciale tricolore, e vari centri di ricerca sparsi nel mondo. Tra questi c’è anche quello di Milano, la prima struttura di sviluppo fuori dalla Cina, la cui direzione è affidata allo scienziato Renato Lombardi e che si occupa di sviluppare una tecnologia chiave per il produttore di antenne, cioè le microonde usate nelle comunicazioni satellitare e mobile.

Per gli Stati Uniti inserire anche le controllate di Huawei nella “lista

nera” serve ad impedire che la società aggiri il blocco agli acquisti Made in Usa attraverso le filiali locali. Ma il fatto che tra i nuovi nomi figurino undici tra i maggiori laboratori internazionali, per esempio anche quello inglese, non pare casuale. Da un lato la ricerca è una chiave per l’attuale primato cinese nel 5G, dall’altro gli investimenti in questi centri sono uno dei “bonus” portati in dote da Huawei ai Paesi che si riforniscono da lei e uno strumento di lobby verso i governi. L’azienda impiega in Italia 800 persone e ha annunciato che investirà nel nostro Paese 3,1 miliardi di dollari in tre anni. Da Huawei minimizzano l’impatto spiegando che il centro di Milano «ha già aderito alle restrizioni in atto da vari mesi» e che «lavora principalmente con l’Europa e con la Cina». È possibile però che le conseguenze siano più pesanti. Da un punto di vista operativo i laboratori rischiano di non poter più accedere alla tecnologia americana, sia macchinari che software. Mentre i clienti e i partner italiani di Huawei, tra cui 14 università, dovranno valutare con molta più attenzione i rischi di scambi tecnologici e cofinanziamenti con una società nella “lista nera” degli Stati Uniti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**52
milioni**L'investimento triennale
(in milioni di dollari)
annunciato dal gruppo
Huawei per sviluppare le
attività di ricerca in Italia**Il caso Cina**
Anche in Italia
Huawei entra
nel mirino Usa
con il polo
tecnologico
di Milano**Stefano Carrer** — a pag. 16**LO SCONTRO CON LA CINA****NUOVA STRETTA****Huawei, anche il centro
di ricerche a Milano
nella lista nera Usa**

Non solo Huawei Italia, ma specificamente il Centro milanese di ricerche del gruppo cinese è finito nella «lista nera» americana: il Dipartimento Usa del Commercio ha infatti incluso oltre 46 affiliate Huawei (dopo le 68 già messe nel mirino a maggio) nella «Entity List» di società soggette a restrizioni nei rapporti di business con imprese americane, in particolare nell'accesso a forniture di carattere tecnologico. Se in precedenza solo il centro di ricerche in Belgio era stato messo in lista nera, ora ci sono finiti un'altra dozzina di istituti di R&S del gruppo, tra cui appunto quello di Segrate (alle porte di Milano), che fin dal 2011 è stato elevato a centro di competenza globale e ha legami con 14 università italiane. Sotto la direzione di Renato Lombardi, conta su un centinaio di collaboratori.

Al momento non è chiaro quale sarà l'impatto sui piani di investimento di Huawei, che ha di recente promesso di investire da noi in ricerca altri 52 milioni di dollari in tre anni. Ma non si può escludere possano esserci conseguenze potenzialmente estese anche ad alcune delle relazioni in essere o in fieri con società e istituti italiani. La nuova mossa evidenzia che Washington intende intensificare le pressioni su Huawei, cercando di ritardarne non solo la proiezione commerciale globale, ma anche l'avanzata tecnologica: l'estensione di un periodo di grazia di altri 90 giorni prima di un bando totale all'accesso a tecnologie Usa - concessa domenica scorsa - è interpretabile più come una agevolazione a imprese e con-

sumatori americani che non al gruppo cinese.

Del resto, lo stesso segretario al Commercio Wilbur Ross ha inquadrato l'ulteriore giro di vite al di là delle esigenze di sicurezza nazionale e interessi di politica estera: «Mentre continuiamo a raccomandare ai consumatori di allontanarsi dai prodotti Huawei, riconosciamo che è necessario più tempo per prevenire difficoltà». Si vuole insomma espellere Huawei da tutto il mercato Usa.

Dal punto di vista cinese, la politica di Washington si fa sempre più provocatoria. Dopo aver respinto la recente etichettatura come Paese manipolatore valutario, Pechino ha ribadito che le relazioni bilaterali andranno a picco se gli Usa procederanno con la vendita di caccia F-16V a Taiwan (per 8 miliardi di dollari), approvata ufficialmente ieri dal Dipartimento di Stato. Le contromisure includeranno sanzioni contro le aziende americane coinvolte, da Lockheed Martin a General Electric.

La presidente di Taiwan Tsai Ing-wen ha sottolineato invece la sua gratitudine agli Usa per il «continuo sostegno alla difesa nazionale». Un monito cinese è arrivato ieri anche a Corea del Sud e Giappone: nel corso del convegno trilaterale a Pechino tra ministri degli esteri, Wang Yi ha colto l'occasione per ribadire che il Paese che accoglierà il desiderio degli Usa di installare missili balistici sul suo territorio dovrà aspettarsi ritorsioni economiche. C'è n'è abbastanza per dare ragione agli analisti più allarmati sul rischio che dazi e sanzioni stiano per diventare una minaccia permanente nelle relazioni internazionali. Con obiettivi più politici che economici.

— **Stefano Carrer**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

E Pechino
minaccia
sanzioni
a aziende Usa
se saranno
venduti
a Taiwan
i caccia F-16




WASHINGTON
STATI UNITI

Sfida alla Cina Huawei Italia nella lista nera americana

BRUNO RUFFILLI

Il bando di Trump scadeva il 19 agosto, ma Huawei potrà accedere ancora a tecnologie e servizi di aziende americane grazie a una proroga dell'ultimo momento. Novanta giorni in più, con una novità: al colosso di Shenzhen e alle sue 70 consociate inserite nella lista nera lo scorso maggio, se ne aggiungono ora altre 46, tra cui Huawei Italia e Huawei Milan Research Institute.

«La decisione, in questo particolare momento, ha motivazioni politiche e non ha nulla a che vedere con la sicurezza nazionale. Tali azioni violano i principi di base della competizione sul libero mercato e non rispondono all'interesse di nessuno, neanche a quello delle aziende statunitensi. I tentativi di danneggiare Huawei non aiuteranno gli Stati Uniti a raggiungere la leadership tecnologica», scrive Huawei in una nota, chiedendo un trattamento equo, e sottolineando che l'aggiunta delle nuove consociate «non avrà comunque un impatto sostanziale». Nemmeno a Segrate, dove dal 2008 è attivo un Global Competence Center focalizzato sullo sviluppo di soluzioni e tecnologie microwave per le reti cellulari. Al nucleo iniziale di ricerca si sono aggiunti specialisti per vendite, marketing, soluzioni di reti, servizio e supporto ai clienti, facendo di Milano la capitale mondiale delle microonde nell'organizzazione di Huawei. Vi lavorano un centinaio di ricercatori, più del 90 per cen-

to sono italiani.

Dall'inizio dell'anno, l'azienda di Ren Zhengfei ha stretto accordi di ricerca con 14 università italiane e investito 17 milioni di euro in progetti Smart & Safe Cities per le imprese e la Pubblica Amministrazione, tra cui il laboratorio di innovazione con il Crs4 di Cagliari. Il mese scorso il presidente di Huawei Italia ha annunciato un investimento di 1,7 milioni di dollari per il Microelectronics Innovation Lab, realizzato con l'Università di Pavia, che sarà operativo a partire da settembre e impiegherà una quindicina di ricercatori. E' coinvolta in alcuni piani strategici del governo, fa parte delle principali associazioni di categoria e collabora con le autorità nazionali di regolamentazione e col mondo istituzionale e accademico nel campo della sicurezza informatica.

Oltre il 20 per cento dei centri

Con l'ultima mossa di Washington oltre il 20% dei centri di ricerca e sviluppo dell'azienda cinese finiscono nella lista nera: un modo per colpirne la capacità di innovazione tecnologica. Sono circa 90mila i dipendenti impegnati nella ricerca e nello sviluppo, pari al 45% della forza lavoro totale. Nel 2018 le risorse spese in R&D sono state pari a 14,37 miliardi di dollari, ossia il 14,1% dei ricavi. Un investimento che rende, se per domani è atteso il lancio del chip per i prossimi smartphone top di gamma, che sarà compatibile con le nuove reti 5G. —

© BY NC ND AL CLIN DI RTT I R I S E R V A T I



IL CASO DI CATHAY PACIFIC E LE PRESSIONI DEL PARTITO COMUNISTA

Le aziende di Hong Kong mostrano perché Huawei non è indipendente da Pechino

Roma. Da qualche giorno circola sui social network una storia epica e probabilmente falsa su Rupert Hogg, ex ceo di Cathay Pacific, la compagnia aerea di Hong Kong. La storia è questa: mentre le proteste di Hong Kong contro il governo e per la libertà infuriavano, i manifestanti occupavano l'aeroporto e molti membri dello staff di Cathay prendevano parte alle manifestazioni, il governo di Pechino avrebbe chiesto a Hogg una lista di proscrizione di dipendenti che sostenevano le proteste. Hogg avrebbe consegnato la lista, ma quando i funzionari comunisti l'hanno aperta ci hanno trovato dentro un nome soltanto: quello di Hogg. L'atto di coraggio è costato caro al ceo di Cathay, che pochi giorni dopo è stato costretto alle dimissioni dietro alle pressioni fortissime di Pechino. Questa storia è stata diffusa dai media di Hong Kong e di Taiwan e subito ripresa dai manifestanti, che hanno tributato grandi onori al ceo defenestrato per proteggere i suoi dipendenti.

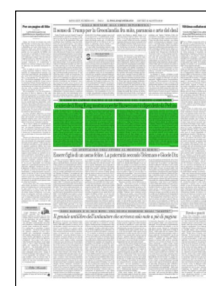
La storia è così bella che quasi sicuramente è falsa, almeno nella parte della lista di proscrizione. E' vero, tuttavia, che Hogg, manager molto apprezzato che era riuscito a riportare la compagnia in attivo dopo anni di crisi nera, è stato costretto alle dimissioni perché non abbastanza duro contro le manifestazioni a Hong Kong. La compagnia nelle settimane scorse aveva messo in guardia i dipendenti dal partecipare a manifestazioni illegali e ne aveva perfino licenziati quattro, di cui due piloti, ma non era stato abbastanza. Davanti alla possibilità di pesanti ritorsioni da parte dell'ente dell'aviazione cinese, Rupert Hogg è stato fatto saltare, assieme al suo vice. I comunicati stampa di Hogg stesso e di Cathay lasciano intendere in maniera piuttosto chiara che la sua dipartita è legata ai fatti di Hong Kong e alla pressione cinese. Dopo le dimissioni di Hogg, ha scritto ieri Reuters, su Cathay è disceso un "terrore bianco" di denunce politiche, con i dipendenti controllati e importu-

nati dai loro colleghi filo comunisti. Cathay è una compagnia di Hong Kong, ma l'azionista di maggioranza non è cinese, è Swire Group, un conglomerato britannico con grossi affari in Asia e a Hong Kong. Lo stato cinese detiene una quota di minoranza di Cathay per tramite di Air China.

Perché raccontare questa storia? Come ha scritto ieri su Twitter lo stratega tech Benedict Evans, il caso Cathay è la prova massima che la pressione politica del Partito comunista cinese è in grado di decidere le sorti di tutte le aziende cinesi, anche di quelle con sede a Hong Kong, che dunque dovrebbero godere di maggiore libertà, e anche di quelle con azionariato non del tutto statale, come Cathay. Il principio di gestione dell'impresa per il Partito comunista è: bene il libero mercato, ma quando si toccano gli interessi strategici di Pechino il Partito è al di sopra di tutto. Non c'è autonomia aziendale, non c'è azionariato, non c'è manager che tenga. Se il Partito decide, il Partito ottiene.

L'occidente dovrebbe ricordarsi questa regola quando si trova ad avere a che fare con aziende cinesi che professano piena indipendenza, come per esempio Huawei. Il gigante cinese delle telecomunicazioni è in lizza in molti paesi, compresa l'Italia, per la costruzione delle reti 5G, un'infrastruttura strategica per le attività sia civili sia militari. Per evitare sospetti e malintesi, Huawei ha compiuto enormi sforzi per dimostrare di essere un'azienda pienamente indipendente dal Partito comunista cinese e per spiegare che la sua struttura societaria è estranea agli apparati dello stato. E' anche possibile crederle, ma il risultato dell'equazione è sempre uno solo: ogni azienda cinese, non importa quale sia la sua struttura, è automaticamente sottomessa al primato politico del Partito comunista. Quello che è successo a Cathay Pacific e alle altre aziende di Hong Kong, che una a una si sono allineate al diktat del regime, ne è la dimostrazione.

Eugenio Cau



Industria 4.0 e bonus Sud: ora a rischio 2 miliardi

SVILUPPO

Lo chiamano «effetto attesa»: le misure di politica industriale sono incerte, le aziende aspettano e rinviando gli investimenti, gli ordini si bloccano e la produzione industriale va giù. Da una ricognizione del Sole 24 Ore, emergono almeno 1,9 mi-

liardi di misure per l'industria (a livello nazionale o per il Mezzogiorno) da prorogare o rifinanziare entro dicembre. Del resto le scelte politiche sul Piano 4.0 sono per molte imprese il suono del gong che fa iniziare un nuovo round di investimenti.

Carmine Fotina — a pag. 5

Industria 4.0 e bonus Sud: investimenti a rischio, servono 2 miliardi

Politica industriale. La crisi di governo accentua l'incertezza sulla proroga delle agevolazioni in scadenza a fine anno e le imprese frenano gli acquisti. Dubbi su iperammortamento, credito d'imposta per ricerca e macchinari

Carmine Fotina

ROMA

Lo chiamano «effetto attesa»: le misure di politica industriale sono incerte, le aziende aspettano e rinviando i progetti di spesa, gli ordini si bloccano e la produzione industriale va giù. Questo circolo vizioso ha già iniziato a concretizzarsi con gli ultimi dati sugli investimenti ma è nell'ultimo trimestre che gli esperti del governo ne temono l'esplosione. Da una ricognizione del Sole 24 Ore emergono almeno 1,9 miliardi di misure per l'industria – a livello nazionale o per il Mezzogiorno – da prorogare o rifinanziare entro dicembre. Rispetto alla tradizionale incertezza di fine anno, quando si aspetta il varo della legge di bilancio, il problema in più, e di non poco conto, è la crisi politica senza precedenti aperta in agosto dalla Lega. Chi detterà la linea sulla politica industriale e sceglierà le misure da finanziare? E, soprattutto, con quali tempi?

La frenata già si vede ed è reale la prospettiva di un contributo negativo dell'industria alla dinamica del Pil,

che intanto si è arenato sulla crescita zero nel secondo trimestre. A giugno la produzione industriale è calata sia su base congiunturale (-0,2%) sia rispetto allo stesso mese del 2018 (-1,2%). Ma il termometro più fedele è rappresentato dagli ordini interni dei settori più interessati alle misure industriali in bilico ed in questo senso spicca il -43% nel secondo trimestre per le macchine utensili (dati Ucima). Nel Mezzogiorno la dinamica si fa possibilmente anche più aspra. Secondo la Svimez, la forte decelerazione in corso degli investimenti, negativamente influenzati anche dalle aspettative sugli effetti del piano "Impresa 4.0", contribuirà in modo importante al -0,3% del Pil atteso per il 2019.

Del resto le scelte politiche sul piano 4.0 sono per molte imprese il suono del gong che fa iniziare un nuovo round di investimenti. Solo per confermare lo schema attualmente in vigore – cioè l'iperammortamento fiscale con tre scaglioni di agevolazione e il superammortamento limitato ai software – occorrerebbero per un anno 400 milioni. Costerebbe invece

circa 220 milioni annui rendere strutturale il credito di imposta per gli investimenti in ricerca e sviluppo, un intervento che il ministero dello Sviluppo economico (Mise) aveva tentato di inserire nel decreto crescita dello scorso maggio, salvo poi fermarsi di fronte a problemi di copertura.

Ovviamente bisognerà anche capire l'orientamento del Mise all'interno dell'ormai più che probabile nuovo governo. La cabina di regia tra ministeri, imprese, sindacati e università, che ogni anno accompagna le scelte sul piano 4.0, non è mai stata convocata dall'esecutivo gialloverde. Il titolare dello Sviluppo Luigi Di Maio per ora ha preferito la formula del tavolo tecnico alla cui prima riunione



(si veda Il Sole 24 Ore del 20 luglio) è emersa anche l'ipotesi di rinunciare all'iperammortamento coprendo i relativi investimenti con un nuovo credito di imposta per l'innovazione.

Ancora più pesante il quadro che rischia di condizionare gli investimenti delle imprese nel Mezzogiorno. Serviranno 500 milioni per coprire anche nel 2020 il credito di imposta per gli investimenti in beni strumentali, misura in scadenza a fine anno e che con risorse statali per 3 miliardi finora ha attivato investimenti privati per 8 miliardi (dati Def). Ha lo stesso fabbisogno, circa 500 milioni, l'estensione anche al 2020 dello sgravio per chi assume giovani e disoccupati svantaggiati, promessa dal ministro del Sud Barbara Lezzi nel corso del tavolo a Palazzo Chigi con le parti sociali del 29 luglio. Per non parlare del lungo stallo che sta paralizzando le zone economiche speciali (Zes). C'è l'impegno del ministro a sbloccare dal 25 settembre i 250 milioni di credito di imposta per gli investimenti e in questo caso il procedimento amministrativo, che coinvolge anche l'agenzia delle Entrate, non dovrebbe risentire della crisi politica. Tutt'altro può dirsi del decreto attuativo, i cui termini di emanazione peraltro sono già scaduti quasi tre mesi fa, per fissare le regole di utilizzo e il riparto dei 300 milioni (50 milioni per il 2019, 150 milioni per il 2020 e 100 milioni per il 2021) che il decreto crescita ha destinato a investimenti nelle Zes in forma di debito o di capitale di rischio. Anche in questo caso le scelte politiche, che richiedono il confronto con le Regioni, saranno determinanti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il -43% degli ordini interni di macchine utensili è l'indicatore principale della frenata già in atto

RISORSE IN BILICO



La privacy violata del Garante

La scomparsa di Buttarelli. Google rivela la causa della morte, che non era stata divulgata

I dubbi

L'interrogativo è come facessero a sapere della malattia e che ha determinato il decesso

Il caso

di **Martina Pennisi**

La privacy del presidente del Garante europeo per la privacy è stata violata.

Proprio ieri, nel giorno della morte del magistrato che da più di 20 anni si occupava con competenza e dedizione della protezione dei dati personali, se un utente qualsiasi digitava su Google «Giovanni Buttarelli causa morte» poteva vedere scritto a chiare lettere il nome di una malattia.

Peccato che l'informazione non fosse pubblica — come non lo è tuttora, motivo per cui non la scriviamo in queste righe. Tradotto: non se ne trova traccia da nessuna parte — siti web, giornali, blog — perché come confermano fonti vicine alla famiglia di Buttarelli al *Corriere* «la causa del decesso è un'informazione riservata e personale di cui hanno preferito non parlare e a proposito della quale non avevano mai fatto cenno in precedenza».

Come faceva Google a sapere della malattia? Perché l'ha resa pubblica? Perché ha dato l'informazione come certa senza linkare alcuna fonte e in

assenza di conferme? Abbiamo posto le domande all'azienda californiana che ha risposto così: «In seguito alla presa in carico della segnalazione stiamo intervenendo per sistemare il risultato. Ci dispiace per l'accaduto». In parole povere: non sa cosa sia successo, ma risolverà il problema.

L'informazione per adesso è ancora visibile nel cosiddetto «snippet di primo piano», formato che BigG ha cominciato a spingere con convinzione lo scorso anno per provare a dare agli utenti la risposta che cercano senza obbligarli a cliccare su uno dei link delle pagine che indicizza ed elenca. L'avrete visto comparire più volte cercando l'ora esatta o in risposta a quesiti sul meteo o sull'età di qualcuno. Che tempo fa oggi a Milano? 31 gradi. Quanti anni ha Milly Bobby Brown? 15 anni. Qual è l'isola greca più bella? Santorini (seguita da una lista e dal link del sito che le ha classificate).

Risposte secche e immediate, che secondo i dati di Jumpshot relativi agli Stati Uniti hanno reso il motore di ricerca una sorta di motore di risposta: ormai al 50 per cento delle domande non corrisponde alcun clic successivo. Tutto molto comodo, lato utente, soprattutto se si consulta Google da smartphone e, lato Mountain View, molto utile alla causa dell'Assistente vocale, che quando viene interrogato a voce deve dare una sola risposta.

Però: Google dove pesca le informazioni che poi decide

di evidenziare, pur chiarendo che non vanno intese come fonte unica? Dalle pagine che indicizza e, come detto, anche mentre scriviamo non ce n'è alcuna in lingua italiana o in lingua inglese che abbia un testo con il nome e il cognome di Buttarelli e un riferimento alla sua malattia.

C'è un altro quesito da porre: anche se ci fosse stata una citazione della malattia, perché Google, che ovviamente non agisce manualmente ma in modo automatico, dà per scontato che sia stata la causa della morte? Sembra un dettaglio, ma non lo è. Facciamo un esempio: la conduttrice e inviata delle Iene Nadia Toffa ha parlato apertamente del suo tumore e giornali e siti Internet ne hanno scritto per mesi. Quando è venuta a mancare, martedì 13 agosto, è stata pubblicata ovunque la notizia del decesso e il suo contesto.

L'algoritmo di Google aveva entrambe le informazioni: sapeva del tumore e a un certo punto, a una determinato ora di un determinato giorno, è stato in grado di evidenziare che è stato la causa del decesso di Toffa. Infatti lo scrive nello snippet e linka uno degli articoli in merito. Il caso di Buttarelli, paladino della privacy, è andato diversamente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Can reform happen for the internet?

Restorative justice could work. But it relies on people being capable of shame, so . . .

Current tech company enforcements are not treating the underlying causes of rule-breaking behavior.

Charlie Warzel

Writer at Large

OPINION

As we all spend our days yelling at one another online, it's easy to despair and wonder: Is there any way to fix our toxic internet?

Micah Loewinger, a producer for WNYC's "On the Media," was pondering this question when he met Lindsay Blackwell, a Ph.D. student at the University of Michigan who studies online harassment. Ms. Blackwell, also a researcher at Facebook, had been toying with the idea of applying the principles of the restorative justice movement to online content moderation (you can listen to their episode here).

Restorative justice is an alternative form of criminal justice that focuses on mediation. Often, an offender will meet with the victim and the broader community with a chance to make amends. The confrontation, advocates of the technique argue, helps the offender come to terms with the crime while giving the victim a chance to be heard. If the relationship is repaired and the harm to the victim reduced, the offender is allowed to re-enter the community. Studies, including one by the Department of Justice, suggest the approach can be an effective way to decrease repeat offenses and works for perpetrators and victims.

For Ms. Blackwell, applying a similar tactic to tech platforms made sense. Current tech company enforcements, if

enacted, tend to be harsh and geared toward deterrence, not treating the underlying causes of rule-breaking behavior.

Ms. Blackwell and Mr. Loewinger decided to run what they called "a highly unscientific" experiment on Reddit, a social network with tens of thousands of forum communities. Each community is policed by volunteer moderators who take down offensive posts and enforce that community's set of rules. Ms. Blackwell and Mr. Loewinger teamed up with the moderators of Reddit's r/Christianity community, which has roughly 200,000 members. It is diverse, comprising L.G.B.T.Q. Christians, fundamentalists, atheists and others with an interest in posting about the faith. Discussions get intense.

The pair selected three users who were barred for repeatedly violating rules. They created a chat room where the offender and community moderator would meet with Mr. Loewinger and Ms. Blackwell, who acted as mediators. The offenders would be confronted with past bad behavior and given the opportunity to better understand why they were barred. Upon successful completion, they'd be readmitted to the group.

The results were mixed. In one case, mediation broke down, in part because of Ms. Blackwell and Mr. Loewinger's inexperience mediating and tensions between a user and a moderator that boiled over. The second case, which involved an anti-gay user who was accused of bullying an L.G.B.T.Q. user into committing suicide years ago, proved simply too toxic to continue. The third case, involving "James," an atheist and biblical historian who was barred for repeatedly violating r/Christianity's rules for civil discussion, was a success.

At various points throughout the chat log of the mediation, James expressed genuine shock. "Dang this

wasn't the context that I remembered," he types at one point, after looking at past bullying posts. "I thought someone else was the instigator and I felt ganged-up on or something. But . . . looks like I was the instigator." He apologized for lashing out, at one point suggesting "the problem is more obviously about (mis) communication and hostility that comes up in the course of these conversations." Eventually, the moderators lifted their ban.

When I spoke to James over the phone about the process, he described his aggressive behavior as a kind of dissociation — a moment of weakness where he stopped seeing those on the other end of the thread as real people. "My frustration expressed itself as insult diarrhea with no regard to whether I was being reasonable," he said. He noted that he'd been back in the community for two months, is more conscious of his interactions and has yet to break the rules.

James isn't convinced the process could work for everyone. He argued that mediation was effective for his specific personality type. "It's the element of shame," he said. "I'm somebody who feels guilt being confronted and it allowed me to see I was the one at fault." Ms. Blackwell and Mr. Loewinger's mixed results suggest success is far from guaranteed. Online, mediators have to deal with pseudonymous individuals, trolls and pranksters with no desire to reform. Even those dealing in good faith might bristle at having to apologize or confront their victims. Given the nature of online harassment and bullying, the restor-



Ci può essere una riforma di Internet?

ative justice approach is full of pitfalls. Forcing targeted minorities or vulnerable users to confront abusers, for one, could increase trauma or put undue burden on victims.

Most daunting is the issue of scale. There's simply no way to replicate the amount of time and effort involved with Ms. Blackwell and Mr. Loewinger's experiment across the web. "It's like trying to moderate a wild river," an r/Christianity moderator said in the chat logs. "It's only getting worse, too. I can't even begin to evaluate all of this stuff." The ceaseless torrent of posts and

comments is why tech platforms are increasingly turning to algorithms and artificial intelligence to solve the problem.

But successful moderation — the kind that not only keeps a community from collapsing under the weight of its own toxicity but also creates a healthy forum — requires a human touch. Even skilled moderators assume a huge psychological burden; many working for Facebook and YouTube are outside contractors, subjected daily to torrents of psychologically traumatizing content and almost always without proper resources. Even in small communities, keeping the peace requires a herculean

effort. A recent New Yorker article described the job of two human moderators of a midsize tech-news message board as an act of "relentless patience and good faith."

This reality makes Ms. Blackwell and Mr. Loewinger's experiment equal parts compelling and dispiriting. Mr. Loewinger remains optimistic. "It's easy to write off all people who exhibit jerk-ish behavior online as pathological trolls," he told me. "Dislodging that assumption might hold the key to a less toxic web. The James case demonstrated to me that people are open to reflecting on what they've done, especially when treated with dignity." Ms. Blackwell argued that having reformed users back in the community actually makes the forums healthier. "We will never effectively reduce online harassment unless we address the underlying motivations for participating in abusive behavior, and having reformed violators go on to model prosocial norms is an incredible bonus," she said.

But if reform means an abundance of shame and dignity on the internet, it's hard not to feel that all is already lost. Still, the pair's earnestness is refreshing. And at its core there's a lesson: If fast, scalable algorithmic solutions gave us the broken system we've got, it's stripped-down patience and humanity that have the best chance of pulling us out.

CHARLIE WARZEL covers technology, media, politics and online extremism.