

## Rassegna del 24/09/2018

\*\*\*

Repubblica Affari&Finanza	28	Crescono in Italia i wearable device ma si attende la nuova generazione	Romiti Maria_Luisa	1
Giornale Miaeconomia	20	Hi-tech - Il cellulare paga e «racconta» le foto	Camera Maddalena	3
Repubblica Affari&Finanza	42	Focus innovazione - Azienda Italia, nuovi settori in corsa sull'onda della trasformazione hi-tech	Frollà Andrea	4
L'Economia del Corriere della Sera	23	Il cervello di Apple si è fatto in quattro	Gasperetti Marco	7
Gazzetta del Mezzogiorno	1	Da Postal Market a Instagram come cambia lo shopping	Summo Gianfranco	9
Repubblica Affari&Finanza	63	Rapporto imprese - Gli scambi tra imprese saranno più veloci	...	11
Repubblica Affari&Finanza	13	Far East - La frenata dell'economia di Pechino sbarca sul web	Santelli Filippo	12
Repubblica Affari&Finanza	27	La gazzetta dello spot - Uber lo sforzo di essere utile	Di Matteo Gabriele	13
Giorno-Carlino-Nazione Economia&Lavoro	4	Intervista a Franco Mosca - Pisa, vetrina innovazione - Pisa è la città dei robot «Non temete gli automi: semplificheranno la vita riducendo le disparità»	Strambi Tommaso	14
Messaggero	19	Tra social e nickname spunta il galateo 2.0	Biferali Giorgio	18
Repubblica Affari&Finanza	27	Cyber attacchi: 1,8 miliardi di dollari nel 2018 è il costo della sicurezza per il settore energia	Carli Stefano	22
Tempo	7	Ora il pericolo viene dal web - Il dominio dello spazio virtuale è priorità per la difesa del Paese	Scotti Vincenzo	25
L'Economia del Corriere della Sera	21	Che fine ha fatto Larry Page?	Cometto Maria_Teresa	26
Repubblica Affari&Finanza	26	Da Time al WP I grandi del web a caccia delle testate storiche - Time, The Atlantic, WP e gli altri la Rete a caccia delle Signore di Carta	Flores d'Arcais Alberto	28
Sole 24 Ore - Norme e Tributi	21	Registri, relazioni e bollino del revisore: carte in regola per la formazione 4.0	Gavelli Giorgio - Giorgetti Riccardo	31
Repubblica Affari&Finanza	29	Timvision, contenuti e connettività	Cla.ger.	33

# Crescono in Italia i wearable device ma si attende la nuova generazione

**IDATI IDC. IL SUCCESSO MAGGIORE ARRIDE AGLI SMARTWATCH, ANCHE GRAZIE ALL'INTRODUZIONE DI NUOVI MODELLI, CALANO INVECE I VISORI PER LA REALTÀ VIRTUALE: SI SALVANO SOLO LE SERIE "STANDALONE" CON UN BALZO DEL 417,7%**

**Maria Luisa Romiti**

Nel 2018 dovrebbero essere venduti 122,6 milioni di dispositivi indossabili, con una crescita del 6,2% rispetto al 2017 (115,4 milioni di unità). Questo secondo il Worldwide Quarterly Wearable Device Tracker di IDC, dal quale emerge che il 2018 è il primo a segnare una crescita - anno su anno - a "singola" cifra, dovuta al rallentamento nelle vendite dei device cosiddetti base, ovvero che non supportano applicazioni di terze parti. "Il rallentamento nel mercato globale degli indossabili è un segnale che questo settore sta attraversando una fase di transizione più che di decrescita reale", afferma Ramon T. Llamas, direttore della ricerca del team Wearable di IDC. "I device futuri giocheranno un ruolo più importante nella comunicazione, nell'assistenza sanitaria digitale, nell'IoT domestico e nella produttività aziendale".

Le previsioni di IDC indicano, infatti, che nel 2019 si ritornerà a un incremento a doppia cifra percentuale, grazie soprattutto alla maggiore diffusione degli smartwatch. La società di ricerche prevede che nel 2022 le vendite totali arriveranno a 190,4 milioni di unità, con una crescita media annuale - da qui ai prossimi cinque anni - dell'11,6 per cento. Focalizzandoci sugli smartwatch, il report IDC prevede che nel 2018 ne saranno venduti 46,2 milioni (+38,9% sul 2017) ed entro il 2022 si arriverà a 94,3 milioni di uni-

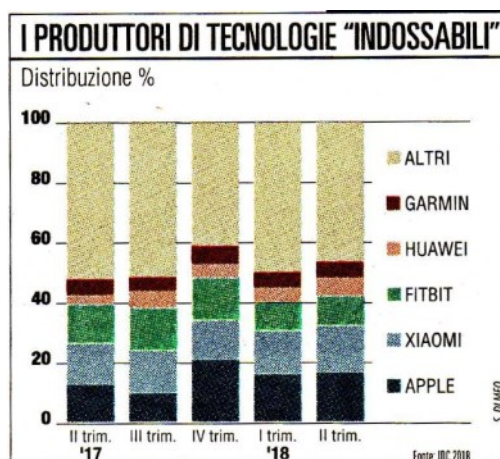
tà, circa la metà dell'intero mercato degli indossabili.

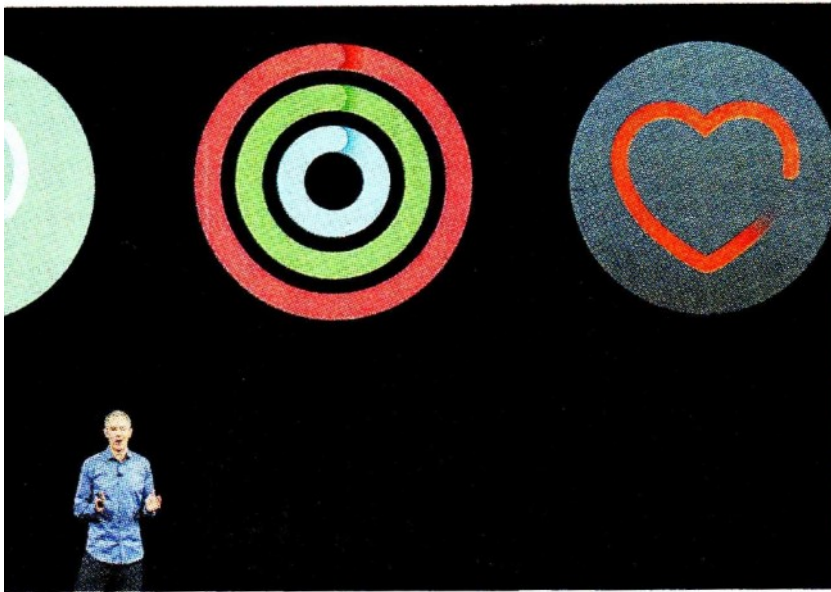
Prendendo in considerazione i dati IDC relativi al secondo trimestre 2018 emerge che le vendite di indossa-

bili sono passate - anno su anno - da 26,4 a 27,9 milioni con una crescita del 5,5 per cento. A comandare la top five dei produttori troviamo Apple con un market share del 17% e 4,7 milioni di unità vendute (+38,4% sul 2017). Tutto questo con un solo prodotto: l'Apple Watch. Al contrario dei tre marchi che seguono - Xiaomi, FitBit e Huawei - che offrono dispositivi diversi sia come prezzo sia come tipologia (dai fitness band agli smartwatch). In quinta posizione Garmin con prodotti un po' più di nicchia e particolarmente apprezzati da runner e golfisti. FitBit è l'unica ad essere in calo con le vendite (-21,7%), mentre Samsung si posiziona al sesto posto.

Tempi duri, invece, per il mercato dei visori per la realtà virtuale: secondo l'ultima rilevazione di IDC nel secondo trimestre 2018 ha segnato un forte decremento (-33,7% anno su anno). Le vendite dei modelli senza schermo e connessi a uno smartphone si sono più che dimezzate, passando da un milione di unità dello stesso periodo del 2017 a 409 mila device. Tra le motivazioni, l'aumento del prezzo medio. Anche le vendite degli headset collegati a una console sono scese, anche se meno drasticamente (-37,3%). Il player principale HTC ha venduto complessivamente circa 110mila pezzi (escluso il modello standalone Vive Focus), grazie al lancio del servizio su abbonamento Viveport, mentre Oculus e Sony sono arrivate, rispettivamente, a 102mila e 93mila unità. Strabiliante, invece, la crescita (+417,7%) dei visori VR standalone che è dovuta in gran parte alla disponibilità a livello globale dell'Oculus Go e della linea Xiaomi Mi VR (212.000 unità).

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Nel grafico su dati Idc, le percentuali di penetrazione nel mercato dei wearable device dei singoli brand

HI-TECH

## Il cellulare paga e «racconta» le foto

di **Maddalena Camera**

**M**otorola One arriva anche in Italia. Si tratta dell'ultimo nato di casa Motorola, il produttore di smartphone Usa da qualche anno passato ai cinesi di Lenovo. È basato su Android One, il sistema operativo «leggero» di Google che integra nuove funzioni di intelligenza artificiale e sicurezza. Quanto alle fotocamere l'apparecchio Motorola ne ha due sulla parte posteriore, da 13 Megapixel, e una frontale da 8. Supporta il Turbo Power per la ricarica veloce (fino a sei ore di autonomia con soli 20 minuti di carica) e include le funzioni Moto Experience come le *gesture* che hanno reso famosi gli ultimi smartphone creati della società. Una caratteristica molto interessante per un telefono il cui prezzo non supera i 300 euro (299 euro per la precisione e potrebbe ancora scendere) è la presenza della tecnologia Nfc per i pagamenti contacless tramite smartphone. Un sistema destinato a sempre maggior successo anche perché, proprio la settimana scorsa, è stato lanciato anche in Italia Google Pay, realizzato espressamente per il sistema operativo Android.

Il Motorola One è dunque un telefono completo equipaggiato con il processore Snapdragon 625, memoria da 64 Gb, display in 19:9 con «notch» (ossia la lunetta per la fotocamera anteriore che permette allo schermo di essere più grande), doppia fotocamera posteriore, dual Sim, Usb tipo C, lettore di impronte digitali. E dunque con Google Lens basato sull'intelligenza artificiale, integrato nella fotocamera, si può interagire con il mondo che ci circonda. Per esempio, camminando all'aperto in una nuova città e scattando una foto a un luogo di interesse, Google aiuterà a scoprirne la storia. Inoltre, scattando una foto al tuo piatto preferito, Google troverà la ricetta dello stesso in modo di poterlo ricreare a casa. Mentre inquadrando un dipinto in un museo con Google Lens se ne potranno scoprire tutti i dettagli.

Motorola One riceve tutti gli aggiornamenti per il sistema operativo Android e Google Play Protect gli aggiornamenti mensili tramite «patch» di sicurezza per tre anni.



## focus innovazione

## Azienda Italia, nuovi settori in corsa sull'onda della trasformazione hi-tech

AL SUCCESSO ALL'ESTERO DI CIBO, ABBIGLIAMENTO, ARREDO E AUTOMAZIONE SI SONO PROGRESSIVAMENTE AFFIANCATI FARMACEUTICA, MECCANICA STRUMENTALE E MEZZI DI TRASPORTO GRAZIE AGLI INVESTIMENTI FATTI IN DIGITALE E TECNOLOGIA: I CASI INSURTECH E WELFARE

Andrea Frollà

Milano

Il made in Italy è sempre stato uno dei brand più potenti al mondo in termini di appeal commerciale ma solo negli ultimi 15 anni la maggioranza delle imprese italiane ha iniziato a sfruttarlo a dovere, soprattutto sul fronte export. Fino ai primi anni Duemila la valorizzazione di questo straordinario marchio non aziendale è stata infatti appannaggio quasi esclusivo delle famose "4 A" (alimentari, abbigliamento, arredo e automazione), settori ad alta specializzazione capaci di inanellare costantemente un surplus commerciale con l'estero. È solamente negli anni successivi altri comparti come la meccanica strumentale, la farmaceutica e i mezzi di trasporto hanno intrapreso la via della qualità tutta italiana.

Una corsa alle eccellenze che sta dando oggi frutti importanti e che, tra le sfide dell'innovazione e della globalizzazione, merita di essere sostenuta, protetta e consolidata.

**La trasformazione digitale.** La digitalizzazione è senza dubbio uno dei trend attualmente più impattanti, specie per la velocità delle trasformazioni tecnologiche in atto. La diffusione del paradigma dell'industria 4.0, che si è conquistato dopo tanta fatica uno spazio rilevante nel dibattito imprenditoriale italiano, ne è uno degli esempi più evidenti. E tra intelligenza artificiale, Internet of Things, blockchain e altre innovazioni non ci si annoierà. L'occasione è piuttosto ghiotta, anche per il made in Italy. Basti pensare alle possibilità di espansione sui mercati stranieri offerte dallo sviluppo dell'e-commerce e dell'e-payment alle realtà dell'agroalimentare, giusto per citare l'eccellenza

più riconosciuta.

I segnali generali che arrivano dal mercato digitale italiano sono positivi. Stando ai numeri dell'ultimo rapporto Anitec-Assinform, nel 2017 la spesa per la digitalizzazione ha sfiorato i 69 miliardi di euro, facendo segnare una crescita del 2,3% rispetto al 2016. A impedire il brindisi è però il gap accumulato negli anni su vari fronti, dalla PA digitale alle competenze 4.0. Un divario che può essere ridotto solo con uno scatto deciso. Magari, perché no, trainato proprio dalle eccellenze del made in Italy.

**Il peso della compliance.** Non bisogna però ridurre il concetto di innovazione alla sola tecnologia, se non altro perché l'innovazione può assumere tante sfumature. Si pensi a ciò che sta accadendo nel mercato dei servizi legali. Ai grandi studi che offrono servizi a 360 gradi si stanno affiancando realtà di nuova costituzione, focalizzate sull'offerta di servizi a valore aggiunto e con una forte specializzazione. Tanto che ormai si sente sempre più spesso parlare di "boutique legali" (se non addirittura di "super-boutique"), proprio a indicare l'elevato grado di specializzazione nei vari ambiti. Tra quest'ultimi rientra anche la stessa innovazione tecnologica e non potrebbe essere altrimenti, vista la penetrazione del digitale nelle legislazioni nazionali e sovranazionali. Un trend che gli avvocati ormai conoscono piuttosto bene, nonché motivo per cui il peso dei direttori degli affari legali all'interno delle aziende sta crescendo moltissimo. Del resto, l'aumento inesorabile degli adeguamenti normativi legati all'innovazione è sotto gli occhi di tutti. E citare il caos attorno al regolamento europeo sulla privacy dovrebbe essere più che sufficiente a rendere l'idea.

**Il fenomeno "insurtech".** La pressione della rivoluzione digita-

le si sta comunque facendo sentire dappertutto, anche nei settori apparentemente meno esposti. Emblematico è il caso del comparto assicurativo dove, tra la diffusione dei dispositivi connessi, la sicurezza informatica e altri trend, le compagnie sono sempre più orientate a fare sponda sui partner tecnologici per arricchire la propria offerta. Che significa, da un lato, sfruttare l'utilizzo di dispositivi intelligenti per la misurazione di parametri utili a gestire il rischio assicurativo (ad esempio, i sensori di Internet of Things che rilevano il livello di calore di un appartamento, lo stile di guida di un automobilista e la posizione di un cane). E dall'altro, integrare nel ventaglio delle coperture la protezione contro ambiti in ascesa. Su tutti quello del cosiddetto "cybercrime", recentemente inserito dalla Geneva Association, think tank internazionale del settore assicurativo, tra i segmenti strategici dei prossimi anni. Sfide che, ha recentemente avvertito il presidente dell'Ivass, Salvatore Rossi, richiederanno regole certe in grado di "trovare un equilibrio tra la tutela degli utenti e la necessità di non imbrigliare il futuro".

**La corsa del pharma.** Il comparto assicurativo non è naturalmente l'unico che punta a entrare nel radar delle eccellenze. Chi è a caccia di consigli farebbe bene a studiare il caso del pharma. Nel corso degli ultimi anni, spiega l'ultimo rapporto di Farmindustria, la farmaceutica ha rappresentato uno dei motori di crescita del nostro Paese, sviluppandosi a tal punto da fare oggi dell'Italia il primo produttore di farmaci della zona UE. I numeri parlano chiaro: oltre 65mila addetti (6.400 nelle aree della ricerca e dello sviluppo) a cui si sommano altri 66mila



lavoratori nell'indotto; 31 miliardi di euro di produzione (79% di export) e 2,8 miliardi di investimenti. Altrettanto chiaro parla l'andamento recente del comparto: la farmaceutica italiana è il settore che è cresciuto di più dal 2007 al 2017 (sia lato produzione sia come export) e che negli ultimi due anni ha aumentato maggiormente l'occupazione (+4,5% contro l'aumento dell'1,5% della media manifatturiera). Merito degli investimenti ingenti, della qualità delle risorse umane e, nemmeno a dirlo, dell'attenzione all'innovazione. Non solo in una logica di produzione 4.0 (il 90% delle aziende è attivo su questo fronte) ma anche di gestione delle politiche di welfare.

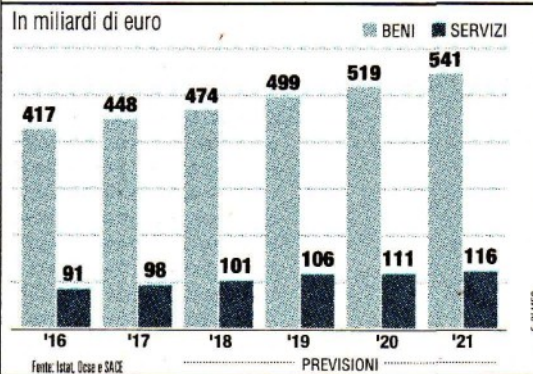
**Dal welfare alla crescita.** Proprio il welfare merita un approfondimento a parte, più che altro perché sono ormai davvero numerose le aziende che ne fanno un'arma di business. La consapevolezza sul rapporto tra il benessere dei dipendenti e la salute dell'impresa è in aumento in ogni settore, anche nelle piccole e medie imprese. Secondo le rilevazioni del Welfare Index Pmi 2018, elaborato da Generali Italia in tandem con Confindustria, Confagricoltura, Confartigianato e Confprofessioni, negli ultimi tre anni il numero di aziende attive in progetti di welfare in almeno sei aree tra le dodici prese in considerazione (dalla previdenza alle polizze, dalla formazione al tempo libero) è raddoppiato, passando dal 7 al 14% del totale. Oltre il 65% di queste realtà ha inoltre rilevato un incremento produttivo dopo il lancio delle varie iniziative.

E va meglio in termini di attività se abbassiamo l'asticella delle aree coperte ad almeno quattro: in questo caso la quota di aziende attive supera il 40%. I numeri sono tra l'altro destinati a salire: nei prossimi 5 anni oltre la metà delle Pmi investirà maggiormente sul welfare, in particolare su salute e assistenza, conciliazione vita-lavoro, giovani, formazione e mobilità sociale.

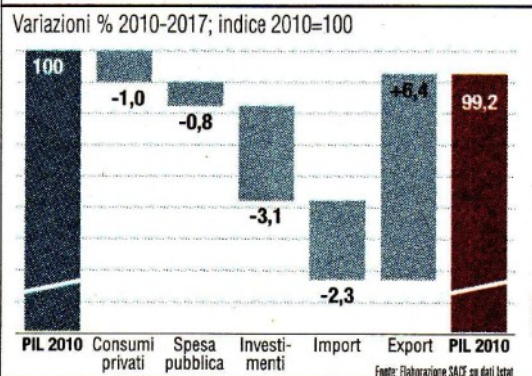
© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'export italiano di beni segna una netta crescita progressiva, come mostra in modo evidente la tabella accanto

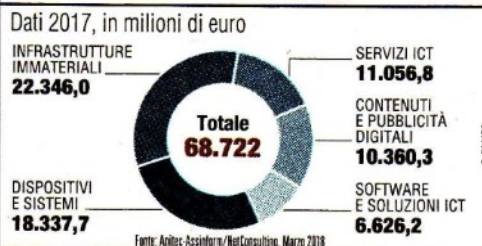
**L'EXPORT ITALIANO DI BENI E SERVIZI**



**I CONTRIBUTI ALLA CRESCITA DEL PIL**



**IL MERCATO DIGITALE IN ITALIA**



[SACE]

**L'estero sbocco della produzione d'eccellenza l'export continuerà a sostenere l'economia**

Negli ultimi sette anni l'export ha fornito l'unico apporto positivo alla crescita economica dell'Italia: senza il contributo delle esportazioni, il Pil del Paese sarebbe inferiore di oltre sei punti percentuali. È un dato potente, e che racconta tanto dell'appetibilità del made in Italy all'estero, quello contenuto nell'ultimo rapporto sull'export tricolore firmato da Sace. E la buona notizia è che le fondamenta di questo pilastro economico risultano decisamente solide. La performance brillante con cui si è chiuso lo scorso anno (31 miliardi di euro in più rispetto al 2016 in termini di esportazioni beni) è andata in archivio tutt'altro che come un caso isolato. Le stime per l'anno in corso e per il triennio 2019-2021 prevedono infatti una crescita ulteriore, rispettivamente del 5,8% e del 4,5% medio. A sostenere queste previsioni, spiega Sace, ci sono diversi fattori rassicuranti: la ripresa degli investimenti, gli accordi commerciali dell'UE, l'orientamento del made in Italy su comparti a più alto valore aggiunto e la maggiore proiezione internazionale delle imprese. Ma, aggiunge la società del gruppo Cassa depositi e prestiti, ci sarà da tenere sotto osservazione alcune incognite come gli effetti del protezionismo e il cambio euro-dollaro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**LA FARMACEUTICA**

Nel corso degli ultimi anni, spiega l'ultimo rapporto di Farindustria, la farmaceutica ha rappresentato uno dei motori di crescita del nostro Paese, sviluppandosi a tal punto da fare oggi dell'Italia il primo produttore di farmaci della zona Ue: oltre 65mila addetti, 31 miliardi di euro di produzione

# IL CERVELLO DI APPLE SI È FATTO IN QUATTRO

I nuovi sistemi operativi per Mac, iPhone e iPad, smartwatch e tv sono integrati per passare dall'uno all'altro. Siri è più intelligente e sul pc la scrivania è in ordine (ma il touch non c'è)

**Il computer da polso riconosce che sport fai da come ti muovi E insegna yoga**



**Il numero**

**32**

**Le persone**

che possono essere coinvolte nella videochiamata multipla con FaceTime, anche dal computer

di **Marco Gasperetti**

**P**iù che una domanda è un tormentone tecnologico. I dispositivi di Apple (Mac, iPhone e iPad, AppleTV, AppleWatch ed eventuali nuovi arrivi) avranno un unico sistema operativo? Mentre l'amministratore delegato Tim Cook continua a negare, molti analisti e tecnocrati sono convinti che, prima o poi, la convergenza arriverà anche alla Mela.

Com'è accaduto con Windows di Microsoft, esteso (non senza problemi) ai sistemi mobili. I segnali sono arrivati in due fasi: prima dall'ultimo Wwdc di Apple, l'annuale incontro degli sviluppatori che, in giugno, ha presentato i nuovi sistemi operativi in arrivo in autunno; e poi dal grande «download» di lunedì 17 settembre e di stamani, quando i sistemi operativi sono stati scaricati da milioni di utenti.

## Le differenze

I nuovi arrivati sono macOS 10.14, nome in codice Mojave (il sistema operativo per Mac), iOS12 per iPhone e iPad, watchOS5 per l'orologio e tvOS12 per AppleTV. Sono tutti dispositivi ancora diversi, è vero, eppure sempre più integrati e simili tra loro, con la

possibilità di utilizzare l'uno o l'altro in continuità, iniziando un lavoro magari dal Mac per poi concluderlo automaticamente sull'iPad, sull'iPhone o addirittura sull'orologio grazie ad app sempre più intelligenti e ai comandi vocali.

MacOs Mojave (scaricabile da stamani) per esempio, è sempre più orientato alle app (come i dispositivi mobili); l'App Store è stato ridisegnato; il desktop è ancora più personalizzabile e ricorda quello dei dispositivi portatili. La nuova funzione Pile mette in ordine automaticamente le icone sulla scrivania e le unisce per file. La scrivania è più visibile nei dettagli grazie anche a una modalità che aumenta contrasto e modifica la luce. E FaceTime, la videochiamata, è multipla e può coinvolgere 32 utenti, come su iPad e iPhone.

Certo, manca lo schermo touch, sul Mac. Per ora alla Apple ha vinto chi lo considera un impiccio e ribadisce che non ci sarà mai uno schermo sensibile al tocco, ma c'è anche chi ipotizza invece un'ibridazione totale tra i futuri Mac e gli iPad che potrebbero diventare la stessa cosa. D'altra parte la storia insegna: Steve Jobs aveva annunciato che mai sarebbe stata utilizzata una penna elettronica sui suoi dispositivi e invece poi è stato creato (e gradito) Apple Pencil.

Il nuovo sistema operativo Mac è più veloce e semplice da utilizzare, ma funzionerà solo con gli iMac nati dal 2012. Più rapida e stabile anche la versione numero 12 di iOS.

## Effetti speciali e foto

I primi test confermano le anticipazioni di Apple: il sistema è due volte più veloce quando si apre un'app e del 50% e del 70% più rapido quando si aprono tastiera e fotocamera. Come sul Mac, la videochiamata è multipla (sino a 32 persone), ci sono più effetti speciali per foto e faccine animate per chat e messaggi. Inoltre Siri, il sistema vocale, è più accurato e risponde a domande più complicate, come negli altri sistemi



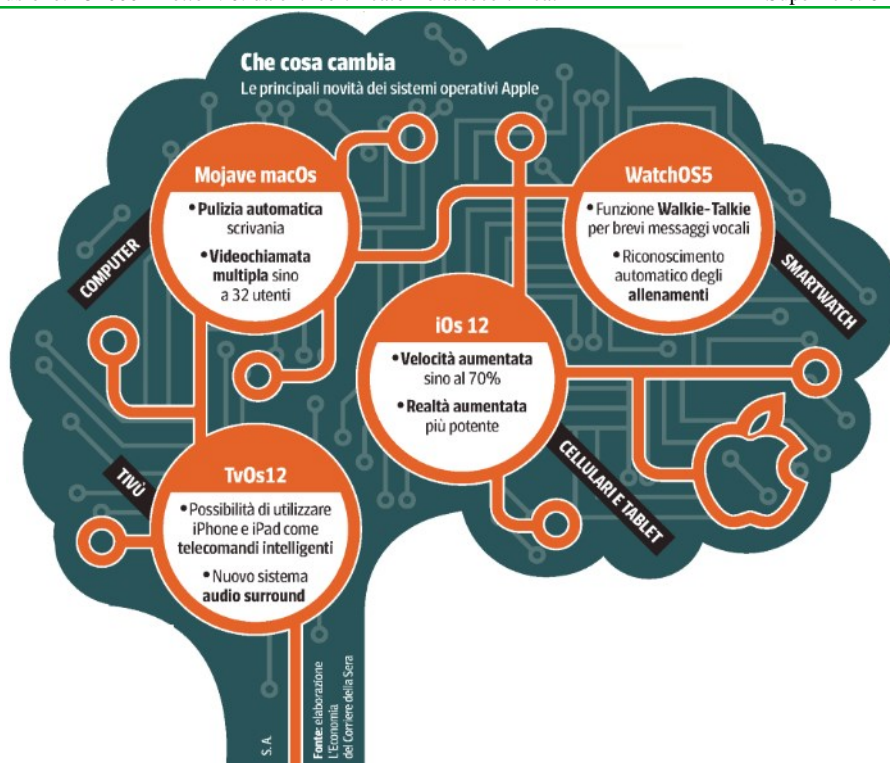
operativi Apple. Migliora anche l'Apple Books, dove acquistare e leggere i libri.

Più integrazione con smartphone (e con iPad e Mac) anche per watchOS5. Il nuovo «cervello» dell'orologio Apple non solo ora riconosce il tipo di sport che si sta praticando, ma offre i podcast e ha migliorato le opzioni Yoga e Trekking, con tutte le app. Con la funzione Walkie-Talkie si comunica, stile radio, con chi ha un Apple Watch. Anche qui Siri è più intelligente e rapido, inoltre chi acquista il nuovo AppleWatch 4 può farsi un elettrocardiogramma e inviarlo al medico.

E tvOS12 per AppleTv? Integrata con i comandi di iOS (si usano iPhone e iPad come telecomandi intelligenti), permette una migliore giocabilità e ha funzioni una volta dedicate al computer. La tv supporta il sistema Dolby Atmos audio per un surround audio straordinario e il Dolby Vision per una visione con risoluzione alta (4K).

[mgasperetti@corriere.it](mailto:mgasperetti@corriere.it)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## DA POSTAL MARKET A INSTAGRAM COME CAMBIA LO SHOPPING

**L**e vie del commercio sono infinite. Non abbiamo fatto in tempo a celebrare l'avvento dell'impero di Amazon e del suo creatore Jeff Bezos, l'uomo più ricco del mondo, che nel sistema delle vendite on line irrompe anche Instagram. Il *social network* basato sulle foto ha pensato bene di sfruttare al meglio la sua caratteristica, mettendo a disposizione degli undici milioni di utenti italiani e del miliardo di iscritti nel resto del pianeta la più grande vetrina virtuale immaginabile. Insomma, una sorta di «Postal Market» dell'era moderna.

E pensare che il catalogo più famoso (insieme al concorrente «Vestro») ha segnato un'epoca, quella in cui la definizione «on line» non esisteva, le vendite moderne erano «per corrispondenza».

**Q**uella vetrina cartacea entrava nelle case per far sognare tutta la famiglia, anche i ragazzini ormai sempre meno interessati alla sezione con gli ultimi giocattoli ma ipnotizzati dal capitolo dell'intimo femminile.

Il commercio ha cambiato pelle nel corso degli anni Novanta. Televendite e canali televisivi commerciali hanno affiancato l'epoca d'oro degli ipermercati, fioriti in Italia in ritardo rispetto al resto d'Europa. Adesso che abbiamo meno soldi e meno sogni di quando il mondo era a portata di Postal Market, c'è tutto a portata di spesa: tra un film e una serie tv possiamo acquistare su HSE24 o QVC; sui canali generalisti vanno in onda anche gli spot dei siti di vendita on line a cominciare da Amazon. Ma ormai vestiti, scarpe, assicurazioni auto, viaggi e voli aerei sembrano a portata di clic grazie anche a spot accattivanti come quelli estivi dei gelati. Una specie di giostra dalla quale sembra impossibile scendere.

Il commercio virtuale suona ai nostri citofoni e si manifesta con i volti trafelati di fattorini sull'orlo di una crisi di nervi, costretti a girare come trottole impazzite da un condominio in centro (sono capaci di «parcheggiare» nei modi più creativi) a una casa sperduta in una improbabile frazione di provincia. Devono completare le consegne che in una giornata disegnano traiettorie simili ad arabeschi partoriti dal caos creativo del capriccioso shopping di un momento: un libro, un paio di scarpe, una scatola di attrezzi, quel computer finalmente a prezzo di costo vanno tutti recapitati nella sequenza e nel giorno che il destino ha messo insieme nel retro del furgone.

Uscire di casa, esperienza sempre più trasgressiva quando non sia per dovere (lavoro, figli), riserva non poche sorprese a voler fare un'analisi empirica del commercio degli ultimi anni. Il decennio di crisi globale ha trasformato materialmente le nostre città. Intere strade hanno dimezzato il numero di vetrine illuminate, negozi storici hanno lasciato il posto a catene internazionali e botteghe a conduzione familiare hanno cambiato cognome e nazionalità dei titolari.

Perfino la disputa sulle domeniche shopping, riportata di moda da una politica sempre più chiassosa, ha un sapore rancido. La verità è che con meno soldi in tasca, anche avere settimane di otto giorni non servirebbe a nulla così come fingere di disporre della domenica mattina libera è l'ennesima illusione.

Piuttosto, corsi e ricorsi sono un



classico di ogni storia, piccola e grande. L'importante è saperne cogliere segni e varianti sul tema. Sempre più a corto di tempo e di danaro, più anziani e stanchi, esasperati dalle auto e stufo di sentirsi rispondere da un centralino automatico per ogni incombenza della vita quotidiana, gli italiani che cosa stanno riscoprendo? Proprio i negozi di prossimità. Insomma, la vetrina sotto casa. Dove una persona in carne e ossa, che ci sorride consigliandoci il prodotto migliore, senza farci perdere tempo e a un prezzo ragionevole, alla fine batte la concorrenza di ipermercati lontani e chiassosi o freddi acquisti su una app dove in fin dei conti per godere dell'acquisto devi pur sempre aspettare una data di consegna.

Per adesso il vero sogno segreto di tutti noi l'ha realizzato, proprio con le vendite on line Jack Ma, il magnate cinese fondatore di Alibaba, l'Amazon d'Oriente, forte di un patrimonio personale di una quarantina di miliardi di dollari, a 54 anni ha annunciato di volersi ritirare dagli affari. Dice che vuole morire in spiaggia e con un aperitivo in mano, non dietro una scrivania. Beato lui.

**Gianfranco Summo**

**RAPPORTO  
IMPRESE**

**[L'INDICE GXI]**

**Gli scambi  
tra imprese  
saranno  
più veloci**

**L'**Indice di Interconnessione Globale, Gxi, pubblicato da Equinix, che analizza lo scambio di traffico a livello globale, l'interconnessione, o lo scambio di traffico diretto e privato tra i principali partner commerciali, prevede che entro il 2021 la larghezza di banda dell'interconnessione crescerà, in termini di Terabits al secondo, Tbps, a un tasso a annuo composto quinquennale significativo del 48%, quasi il doppio del tasso previsto del 26% del traffico IP globale.

In uno studio indipendente e separato, commissionato da Equinix, che ha coinvolto 139 aziende italiane di diverse dimensioni e operanti in vari settori, il 95% dei rispondenti ha dichiarato che la connettività istantanea e affidabile in tutto il mondo ha aperto nuove strade alla crescita e nuove opportunità per il proprio business. Un altro 58% ha affermato che l'interconnessione sarà significativamente o leggermente più importante per la propria organizzazione nei prossimi tre anni. «Importanti tendenze macroeconomiche, tecnologiche e normative stanno convergendo per formare un'era senza precedenti di complessità e rischio, forzando l'integrazione di mondi fisici e digitali», ha affermato Sara Baack, Chief Marketing Officer di Equinix.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## FAR EAST

Filippo Santelli



# LA FRENATA DELL'ECONOMIA DI PECHINO SBARCA SUL WEB

**L'**ultima, la scorsa settimana, è stata Meituan Dianping. La piattaforma digitale tuttofare della Cina, dal cibo a domicilio alle prenotazioni in ristorante, si è quotata alla Borsa di Hong Kong raccogliendo oltre 4 miliardi di dollari, alla valutazione monstre di 51 miliardi. La consacrazione di un 2018 da record per le Ipo tecnologiche cinesi: finora quest'anno il totale di fondi ottenuti nella sola Hong Kong ha superato i 27 miliardi di dollari, in linea per cancellare il precedente primato stabilito nel 2007. Senza contare i 7 miliardi abbondanti raccolti a Wall Street. Eppure per Tech China non è tutto oro quello che luccica. Per quanto notevole, la valutazione strappata da Meituan è parecchio più bassa rispetto ai 60 miliardi ipotizzati all'avvio della procedura di quotazione. Mentre gli altri campioni digitali che nelle scorse settimane sono sbarcati in Borsa hanno vissuto giornate sulle montagne russe. Niu, risposta cinese a Tesla, ha debuttato a Wall Street appena sopra il margine basso della forchetta, all'esordio è schizzata al rialzo dell'80%, per poi perdere quasi un terzo del valore. Il titolo dell'aggregatore di notizie Qutoutiao ha raddoppiato il primo giorno, bruciando quasi tutto il guadagno in quelli successivi. L'estrema volatilità mostra che attorno all'hi-tech cinese cresce un turbine di

aspettative e timori. I grandi cicli di inflazioni e bolle sono tipici del digitale: sta maturando, e quindi arrivando a quotarsi, la generazione di startup creata dopo la precedente esplosione del 2008. Una generazione che in Cina è stata premiata da valutazioni private mostruose. A questi dubbi però se ne aggiungono altri legati al delicato momento che sta vivendo il Dragone, testimoniati anche dalle difficoltà dei suoi campioni che in Borsa ci stanno da tempo, come Tencent e JD.com. L'economia mostra segni di una frenata che potrebbe vedersi anche online. Mentre il regime comunista moltiplica regole e paletti sul digitale, un po' censura, un po' protezione dei cittadini, un po' serrate i ranghi contro gli Stati Uniti. Il digitale cinese insomma potrebbe essere vicino a uno dei famosi picchi, di valutazioni e Ipo. E l'apice potrebbe toccarlo a breve, quando in Borsa arriveranno due pesi massimi attesi da tempo al grande salto: Didi, la risposta cinese a Uber, e Ant Financial, il colossale ramo finanziario di Alibaba, stimati rispettivamente 80 e 150 miliardi di dollari. Confermare cifre del genere, visto il clima, non sarà facile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Ma Huateng**, ceo di Tencent: la grande conglomerata online soffre della frenata in Borsa dell'economia cinese e dell'hi-tech in particolare



# LA GAZZETTA DELLO SPOT

Gabriele Di Matteo



## UBER LO SFORZO DI ESSERE UTILE

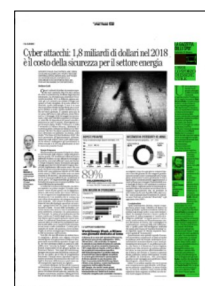
**U**ber si appresta a lanciare la più grande campagna pubblicitaria dalla sua nascita e l'agenzia creativa 72andSunny di Los Angeles ha convinto **Dara Khosrowshahi**, ceo della società fondata, a metterci la faccia. In uno storytelling dal titolo "Moving Forward" è il numero uno, con sorprendente bravura, a recitare da presentatore. La storia scaturisce dalla frenetica attività delle metropoli: una giovane coppia si fa portare dall'autista all'ospedale per il parto, due anziani chiedono il passaggio per andare in discoteca, e così via. Ha 78 anni e nessuna intenzione di mollare la scena **Chuck Norris**: attore e campione di arti marziali, dopo aver aiutato con la sua immagine le vendite di un veicolo professionale Fiat, con disinvoltura passa alla concorrenza e diventa testimonial della Toyota Tacoma, un *pickup* venduto negli Usa. Sconvolti e al contempo incuriositi i passanti di West Hollywood Boulevard hanno visto nelle fermate dell'autobus un cartellone pubblicitario 3D con un il manichino di un uomo

nudo in posizione fetale chiuso in una confezione di cellophane: la campagna annuncia la serie **Netflix Altered Carbon** e ha vinto il premio *media planning* attirando milioni di like sui social. La finale femminile degli US Open ha regalato alla vincitrice **Naomi Osaka** una pioggia di nuovi contratti. Battuta in maniera rocambolesca la blasonata e rabbiosa avversaria **Serena Williams**, la tennista di origini haitiane e giapponesi è volata a Yokohama per firmare un contratto che la rende ambasciatrice globale del marchio di auto Nissan: "L'auto che da piccola vedevo guidare la mio padre" ha commentato la neo campionessa. In coda per altre firme ci sono gli orologi Citizen, Nissin Food e, come assicurano gli addetti ai lavori, a breve anche Adidas. **Neymar Jr** fuoriclasse del Barcellona e capitano della nazionale carioca firma un contratto di testimonial per la linea di abbigliamento giovane **Replay**, marchio che appartiene al gruppo Fashion Box azienda della marca trevigiana fondata da **Claudio Buziol**. Nel contratto si prevede anche la nascita di una nuova collezione "NJR" dallo stesso Nejamr ispirata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'attore **Chuck Norris** e la campionessa di tennis **Naomi Osaka**



**PISA, VETRINA INNOVAZIONE**

In ospedale, a casa e sulle strade:  
così il robot ci semplifica la vita

L'INNOVAZIONE CHE CI ASPETTA

# Pisa è la città dei robot «Non temete gli automi: semplificheranno la vita riducendo le disparità»

«Non bisogna avere paura dei robot – spiega il professor Franco Mosca, presidente della Fondazione Arpa che organizza il Festival –, dietro avranno sempre un uomo che dovrà programmarli. Dalla sala operatoria ai campi agricoli, saranno in grado di ridurre le disparità tra il Nord e il Sud del mondo».

Dal 27 settembre al 3 ottobre  
la città toscana mette in scena  
un Festival con le ultime novità  
della robotica internazionale

**Tommaso Strambi**

■ PISA

**M**EDICINA, chirurgia, industria, ma anche agricoltura, veterinaria, economia, etica, filosofia e giurisprudenza. Sono tanti i campi che coinvolgono o interessano lo sviluppo della robotica. Un futuro che è già realtà. C'è il robot che aiuta il chirurgo in sala operatoria, ma anche quello che consente di restaurare le opere d'arte, il robot direttore d'orchestra e, presto, anche quello che porterà la spesa a casa. Innovazioni e sperimentazioni che saranno al centro della seconda edizione del Festival internazionale della Robotica, in programma a Pisa da giovedì al 3 ottobre. Una scommessa vinta dal professor Franco Mosca, un passato da pioniere dei trapianti e un presente da presidente della Fondazione Arpa, motore e anima del Festival. Ed è proprio grazie a questo mago del bisturi che Pisa si sta af-

fermando nel mondo come Robot Town, la città dei robot.

**Professore, quand'è che i robot l'hanno conquistata?**

«Non è stato amore a prima vista. Almeno parlando di applicazioni chirurgiche della chirurgia robotica, mentre per la chirurgia mini invasiva tradizionale fui da subito convinto della strada da battere. Alla fine degli anni 80, i miei allievi hanno iniziato a formarsi con uno dei pionieri della materia, il professor Alfred Cuschieri. Che, poi, dall'Inghilterra venne alla Scuola Superiore Sant'Anna su chiamata per chiara fama e ancora oggi collabora attivamente col nostro gruppo. L'azienda ospedaliera pisana disponeva, fin dal 2000, di un robot Da Vinci acquisito per applicazioni cardio-toraciche e non era accessibile per le altre specialità. Solo nel 2006 si realizzò la possibilità per i miei collaboratori di utilizzarlo. Da allora è stato un crescendo, con coinvolgimento organico di tanti specialisti nell'ambito di un centro multidisciplinare che, tutt'og-

gi, costituisce un modello organizzativo unico in Italia e oltre».

**Cosa rappresentano i robot per la società attuale?**

«Una vera e inarrestabile rivoluzione. Il rapporto positivo della robotica in tutti i settori è sempre più compreso, ora dobbiamo chiederci quali sono le ricadute della rivoluzione prodotta dall'automazione e dalla robotica in termini di problemi sociali, economici, umani, etici, giuridici. Questa svolta va governata con grande lungimiranza: dalle sale operatorie alla riabilitazione, dall'arte alla finanza».

**Ma l'uomo resta fondamentale?**



«L'obiettivo che ci siamo posti, sin dall'edizione 2017 del festival, e che abbiamo fortemente ribadito quest'anno, è di dimostrare il ruolo insostituibile della figura umana, al cui servizio si pone il robot. Il robot, come abbiamo fatto vedere lo scorso anno al mondo intero, può dirigere un'orchestra, ma solo se programmato da un direttore in carne e ossa. E così in tutte le altre applicazioni. Pertanto il messaggio è: non abbiate paura dei robot».

#### Non ci ruberanno il lavoro?

«No, a patto che si cominci da subito a formare e preparare i giovani alle nuove professioni. Le previsioni ottimistiche del World Economic Forum si realizzeranno solo se, da subito, si apriranno scuole per preparare i giovani ai nuovi mestieri. Di questi temi parleremo durante una giornata *ad hoc* all'unione industriale di Pisa

durante il Festival».

#### Perché un festival della Robotica a Pisa?

«In questa città è nata la robotica. In tutta l'area pisana c'è una vastissima concentrazione di ricerca, industria, produzione ed eccellenza. È una città all'avanguardia dal punto di vista scientifico e il Festival mira a valorizzare le nostre eccellenze».

#### Con quale obiettivo?

«Far avvicinare tutti quanti a questo settore affinché non ne abbiano paura, quanto semmai imparino a riconoscerne i vantaggi e i benefici. La robotica intesa come strumento, come aiuto, come collaboratore in moltissime discipline. Non solo in medicina e chirurgia ma anche nella vita quotidiana. Tengo particolarmente alla giornata del 3 ottobre dedicata alla cooperazione umanitaria: il buon uso della tecnologia, infatti,

riduce il gap tra il nord e il sud del pianeta. Il sapere, la conoscenza e il progresso devono essere per tutti, la scienza crea ponti, ponti per tutti».

#### Quale prossima sfida?

«Concerne il futuro stesso del Festival. Dare continuità, oltre il volontariato del professor Mosca e dell'Arpa, conservandone l'alto valore scientifico e divulgativo a favore del cittadino comune».

#### Lo scorso anno un robot diresse Bocelli, quest'anno i virtuosi e i virtuali vedranno il tenore toscano duettare con Giacomo Puccini....

«Incrociamo le dita perché si tratta di una sfida tecnologica veramente impegnativa. Se tutto andrà come abbiamo immaginato, anche quest'anno il Festival avrà una ricaduta e una visibilità internazionale per la quale, una volta di più, ringrazieremo Andrea Bocelli».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Robot-Opera, la 'prima' il 29 settembre 'Face' salirà sul palco coi cantanti lirici

Sabato (ore 21) a Torre del Lago (Lucca) si terrà la 'prima' della Robot-Opera. 'Face', l'umanoide sviluppato dal centro di ricerca Enrico Piaggio dell'Università di Pisa, sarà sul palco con musicisti e cantanti lirici.

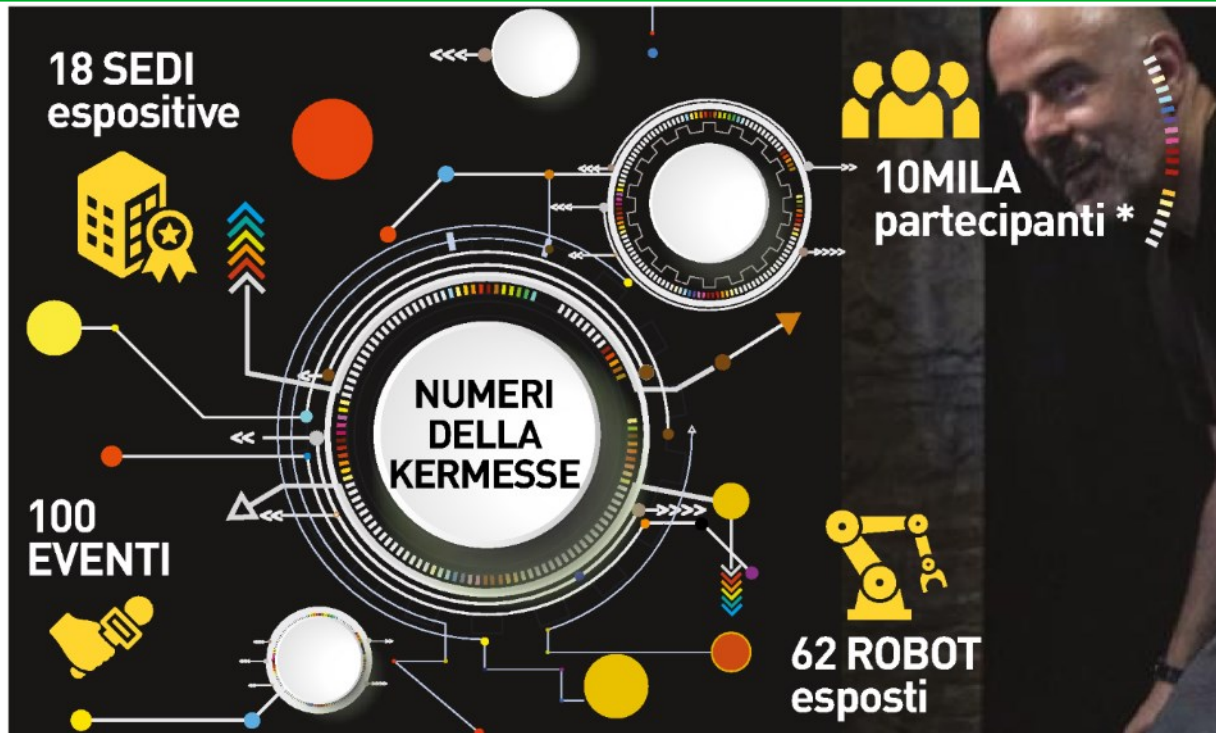


«I robot non ci ruberanno il lavoro, a patto che si cominci subito a formare i giovani alle professioni del futuro»

FRANCO MOSCA  
Presidente Arpa

## VETRINA CHE GUARDA AL FUTURO

Il Festival della Robotica rispecchia l'avanguardia di Pisa: grazie all'Università, l'area è un concentrato di ricerca, industria, produzione ed eccellenza



\* Dati affluenza Festival Internazionale della Robotica 2017



Mentre i nuovi modelli di smartphone arrivano nei negozi, il saggio "Tienilo acceso" di Vera Gheno e Bruno Mastroianni dà istruzioni per proteggersi nel mare del web e far sì che l'uso del cellulare non finisca per offuscare cuore e cervello

# Tra social e nickname spunta il galateo 2.0

**IL 70% DEGLI ITALIANI APRE FACEBOOK E INSTAGRAM APPENA SI SVEGLIA LA MATTINA LA DIPENDENZA CRESCE MOLTO LENTAMENTE IL MANUALE**

**I**l 70 % degli italiani apre Facebook e Instagram non appena si sveglia. Che ci sono persone nel mondo che simulano le vacanze con dei selfie taroccati. Che quando WhatsApp ha smesso di funzionare per un giorno intero il mondo si è fermato. Basta uscire di casa, poi, e vediamo macchine ferme davanti ai semafori verdi, autobus e metro pieni di gente con gli occhi rivolti all'ingiù, e anche per strada, con passanti che ti vengono addosso perché non guardano mai dove camminano. Ma forse è troppo facile dire che tutto questo sembra una puntata di *Black Mirror*, che siamo diventati tutti come il protagonista di *Her*, innamorati pazzi del nostro smartphone. La verità è che viviamo una sorta di metanarrazione, come quando vediamo un film dove c'è un regista che gira un film o leggiamo un racconto dove il protagonista legge un racconto. Un mondo nel mondo, quindi, un mondo a portata di pollice dentro un altro (più grande?) che esiste da sempre.

Aspettando le uscite imminenti dei nuovi modelli di smartphone della Apple e della Samsung, quindi, più che con-

dannare i presidi notturni e le file nei centri commerciali, o bollare tutto come l'ennesima guerra tra un mondo artificiale e la vita vera, sarebbe utile imparare ad accettare la realtà di oggi, a convivere, magari leggendo il saggio di Vera Gheno e Bruno Mastroianni, *Tienilo acceso*, appena pubblicato da Longanesi (pp. 288, 14,90 euro). Una sorta di galateo 2.0, di "social network, istruzioni per l'uso", diviso in quattro parti: Parole al centro, Parlare di me stesso, Parlare di ciò che succede, Parlare con gli altri.

E il "tenerlo acceso" non si riferisce solo allo smartphone che teniamo in tasca o nella borsa, ma anche al cervello, al cuore, al nostro lato umano, che tra nickname, foto profilo, slogan, diari pubblici, corriamo tutti il rischio di dimenticare.

## LA PLAYSTATION

Non è più come quando si giocava alla PlayStation, la prima PlayStation, quella color grigio chiaro, che se qualcosa non andava bastava spegnerla per riavviare tutto, per avere sempre una seconda possibilità. Spegnerre il nostro smartphone, oggi, non risolverebbe nulla, sarebbe come far finta di niente, mettere in pausa il presente, ignorare un mondo che ormai ci appartiene. «Le parole sono importanti», aveva ragione Nanni Moretti, e quindi la scelta migliore rimane sempre quella di partire da lì, dalle parole, dal tono, dal contesto in cui le usiamo, dall'importanza che gli diamo tutte le volte che postiamo, commentiamo, condividiamo qualcosa sui social. Non bisogna dar peso a chi le usa solo per sfogarsi, per liberarsi della rabbia repressa, accumulata negli anni, come i troll (il verbo to troll si riferisce alla pesca "alla traina", quello che conta è pescare, non importa cosa) e gli haters, gli "odiatori", che il più delle volte sono perso-



ne che hanno limiti cognitivi e culturali, e che sono convinti di proteggere le proprie insicurezze cercando di scovare brutalmente quelle degli altri.

Mentre stiamo per scrivere o commentare il post di qualcuno, dovremmo ricordarci delle quattro massime del filosofo Paul Grice, dal suo *Principio di cooperazione*: 1) Massima della qualità: sii chiaro 2) Massima della quantità: non dire troppo o troppo poco 3) Massima della relazione: sii pertinente 4) Massima della modalità: sii chiaro. Se Facebook ormai è solo per adulti, per genitori che amano fare sharenting (to share, condividere, e parenting, genitorialità), condividere foto dei figli appena nati e non solo, i nuovi adolescenti ormai vivono nelle storie di Instagram, lampi di dieci secondi che durano ventiquattr'ore e poi si autodistruggono.

## IL RITRATTO

Anche in questo caso, per colmare queste piccole grandi distanze generazionali, i genitori dovrebbero confrontarsi con i figli, e viceversa, essere presenti, davvero, con umiltà, senza pregiudizi: «Sarà un incontro tra mondi, uno povero di esperienza digitale, ma ricco di criteri e di esperienze relazionali, l'altro pieno di possibilità di connessione ma con un grande bisogno di trovare significato e direzione per viverle al meglio».

Per quanto riguarda la nostra immagine pubblica, non solo sui social, ma anche per come potremmo apparire dopo essere stati cercati su Google, la cosa migliore sarebbe creare uno spazio, un sito, un blog, dove pubblicare quello che facciamo, che ci interessa, perché solo così, a lungo termine, verremmo "indicizzati" negli aspetti e nelle forme che sentiamo più vicini a noi. E insieme a una foto profilo verosimile, che magari possa

rappresentare anche la nostra indole, dovremmo scegliere una nostra "linea editoriale", renderci riconoscibili.

Per informarci davvero, saperne di più, non dovremmo confondere Google con la Bibbia, non fermarci al primo risultato che compare quando premiamo "invio", e soprattutto costruirsi una piccola biblioteca online di fonti rilevanti, scientifiche. "Iperconnessi" o meno, come cantava Vasco Brondi, alla fine quello che conta, come nella vita all'aria aperta, è restare umani, ricordarci che non siamo soli, e che le idee migliori nascono sempre dal confronto con gli altri.

**Giorgio Biferali**

## Le regole

### 1 ATTENZIONE ALLE PAROLE

Bisogna ricordare che il modo in cui si usano le parole definisce la persona

### 2 OCCHIO SEMPRE ALLE IMMAGINI

Controllare foto e frasi che ci descrivono sui social e chiedersi se ci rappresentano

### 3 PENSARE IN AUTONOMIA

Mantenere i pensieri in autonomia: il web tende sempre a dare ragione

### 4 CERCARE DI NON ESSERE FRAINTESI

Per essere certi di comunicare bene mettere l'altro sempre al centro



**IL SELFIE**  
Analizzare con attenzione da chi vengono i commenti sulle foto pubblicate



**L'INCONTRO**  
Facebook è ormai utilizzato soprattutto dagli adulti: i giovani preferiscono Instagram



La distopia  
hi-tech  
della serie  
"Black  
Mirror"

**(IL CASO)**

# Cyber attacchi: 1,8 miliardi di dollari nel 2018 è il costo della sicurezza per il settore energia

MILIONI DI MAIL DA CONTROLLARE, VIRUS DA SCANDAGLIARE CON I NUOVI "MOTORI" DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE, SOFTWARE DA AGGIORNARE DI CONTINUO. LE STRATEGIE DI ACCENTURE E ENEL. MA PUÒ ANCHE ESSERE UN'OPPORTUNITÀ

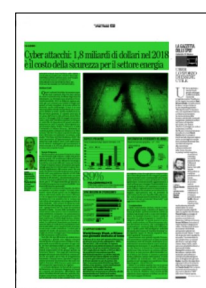
**Stefano Carli**

Quasi 2 miliardi di dollari da investire in pochi mesi: questa la cifra che dà la misura di come la cybersecurity, la difesa dagli attacchi informatici, sia diventata una priorità per l'economia mondiale. Ed è un bilancio appena parziale: gli 1,87 miliardi sono infatti il budget, per quanto a livello mondiale, di un solo settore industriale, quello dell'energia. E non è un caso che al prossimo World Energy Week che si svolgerà a Milano a inizio ottobre dedicherà al tema un'intera giornata. E' passato poco più di un anno dall'attacco del software pirata Wanna Cry: il 28 maggio 2018 un ransomware, colpì oltre 230.000 computer in 150 paesi, criticò file di dipendenti di grandi aziende e istituzioni in tutto il mondo, coinvolgendo nomi Deutsche Bahn, FedEx, Telefonica, in Italia l'università di Milano-Bicocca, chiedendo riscatti di qualche centinaio di dollari per la "liberazione" dei dati. Da allora la pirateria informatica è diventato un'epidemia. Accenture, nello studio "The State of Cyber Resilience 2018" che verrà presentato all'appuntamento milanese, stima che negli ultimi 3 anni il 22% delle aziende ha almeno raddoppiato gli investimenti in cyber security e il 31% sta pianificando di fare lo stesso nei prossimi 3 anni.

## Tempi di risposta

Ma nonostante tutto questo il ritardo da colmare per il mondo delle imprese e delle istituzioni è ancora grande. Gli investimenti effettuati hanno rafforzato le difese: si sono affinate le tecnologie e le pratiche, sono stati rafforzati i team anti-hacker e i tempi di risposta stanno diventando più rapidi. Ad oggi quasi due terzi dei tentativi vengono bloccati più rapidamente dello scorso anno. Ma non basta. Nel 2018 il 55% delle violazioni sono state rilevate entro una settimana (rispetto al 10% dello scorso anno) e l'89% intercettate entro un mese (rispetto al 32% del 2017). Questa tendenza virtuosa non è comunque sufficiente per considerarsi al sicuro, per il 71% degli intervistati gli attacchi informatici rimangono ancora imprevedibili e i loro danni difficilmente ipotizzabili.

Le industrie si stanno attrezzando, ma devono superare un primo scoglio: il rischio informatico cresce di pari passo con la digitalizzazione e, allo stesso modo, deve essere affrontato con un approccio completamente nuovo. La sicurezza non è un prodotto che si compra ma una cultura da acquisire e da integrare nelle diverse industry. «Gli scenari di minaccia cambiano in base alle tipologie operative e ai contenuti - spiega Paolo Dal Cin, capo di Accenture Security in Italia - Ci sono delle verticalità: i primi tre settori sotto attacco sono le amministra-



zioni pubbliche, le banche e le assicurazioni e poi l'energia. Le prime principalmente perché sono vetrine per l'abilità degli hacker, colpendole fanno sapere quanto possono essere pericolosi. Le istituzioni finanziarie per forzare sistemi di difesa e verificare la possibilità di mettere in atto delle vere e proprie frodi, penetrando nei conti e nelle transazioni. La terza per la capacità di ricatto che possono avere mettendo giù un settore strategico per il funzionamento dell'economia e delle società».

Vuol dire che per affrontare una minaccia così complessa e globale non valgono soluzioni standardizzate ma ogni sistema di difesa va disegnato sulle caratteristiche operative di ogni realtà. «In Enel adottiamo infatti un approccio definibile come "security by design" - spiega Carlo Bozzoli responsabile Ict del gruppo guidato da Francesco Starace - Non paga più insomma raggiungere sicurezza come era pratica comune prima ma da subito, già in fase di progettazione funzionale. Al tempo stesso, ripensare l'organizzazione aziendale e la formazione dei nostri colleghi in funzione della sicurezza può essere anche una grande opportunità da cogliere».

Lo scenario disegnato da Bozzoli dà i contorni del fenomeno: «Lo scenario disegnato da Bozzoli dà i contorni del fenomeno: «Blocchiamo ogni giorno 2,8 milioni di mail malevole, ossia che contengono ransomware, malware, phishing per frodi, furti di identità o furti di dati sensibili. Sono circa un migliaio i virus che ogni giorno vengono bloccati e circa 500 gli attacchi che vengono quotidianamente tentati contro i nostri portali web. Proteggiamo attivamente il nostro patrimonio di dati e applichiamo sistematicamente aggiornamenti ai nostri software per proteggere l'azienda dalle nuove tipologie di attacco che cambiano in continuazione. Stiamo cogliendo anche le fenomenali potenzialità offerte dai moderni servizi cloud che at-

tingiamo rigorosamente solo da providers di prim'ordine anche sotto il profilo della cyber security - tutti localizzati dentro il territorio Ue. Entro fine anno Enel sarà un'azienda "cloud only" e già oggi siamo oltre il 90%».

**Le criptovalute**

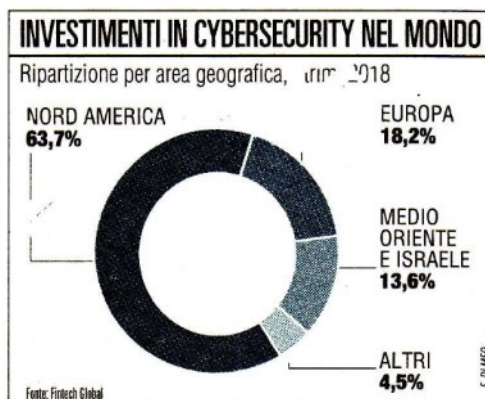
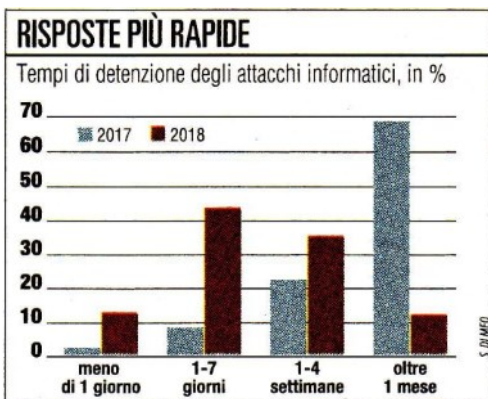
Tanto schieramento di forze, risorse e impegno ha in primo luogo l'obiettivo di battere sul tempo gli hacker: quando un malware infetta un sistema è già troppo tardi e si può solo limitare i danni. La strategia vincente è invece quella di precederli. E l'arma designata è il "motore di intelligenza artificiale". In parole povere è un incrocio, molto evoluto, tra il funzionamento classico dei motori di ricerca, che scandagliano in continuazione i contenuti della rete indicizzandoli, e quella parte dell'intelligenza artificiale che passa sotto il nome di "machine learning" ossia algoritmi capaci di rilevare sequenze ricorrenti e quindi di "riconoscerle".

Questi motori sono quindi in grado di scovare la primissima comparsa di un attacco hacker in qualsiasi parte del mondo, analizzarne le caratteristiche e mandare allarmi a tutti i nodi potenzialmente interessati. E' una difesa preventiva, che finora si è dimostrata l'arma migliore, perché una volta entrato in un sistema aziendale il virus, se non provoca effetti immediati come il blocco del servizio o l'accesso a porzioni di dati e si limita a rubare informazioni, è molto più difficile da individuare. «Nel cyberspazio qualche ora di vantaggio può significare evitare danni ingenti», chiosa Bozzoli.

Infine c'è un ultimo aspetto che non è ancora stato completamente approfondito, ed è il legame tra pirateria e criptovalute. Lo stesso Wanna

Cry, un anno fa, chiedeva come riscatto dei file criptati un valore espresso in dollari, ma che doveva essere pagato in bitcoin.

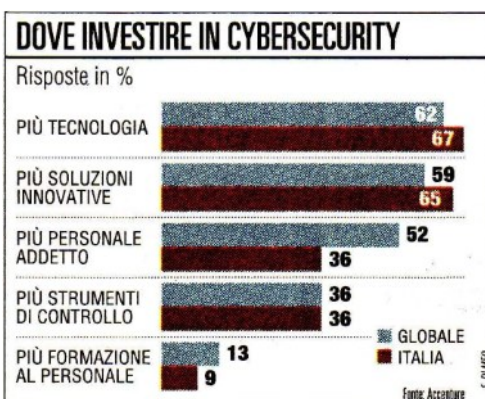
© RIPRODUZIONE RISERVATA



**89%**

**VIOLAZIONI RILEVATE**

L'89% delle violazioni sono state rilevate entro un mese. Nel 2017 erano solo il 32%





**Carlo Bozzoli** (1)  
responsabile Ict del gruppo Enel.  
**Paolo Dal Cin** (2)  
capo di Accenture Security in Italia



**[L'APPUNTAMENTO]**

**World Energy Week, a Milano una giornata dedicata al tema**

A distanza di un anno dall'episodio di Wanna Cry, gli attacchi sono più che raddoppiati (+ 119%, 106 nel 2017, 232 nel 2018) e in risposta le aziende si sono dotate di sistemi di controllo preventivo che gli ha consentito di prevenire l'87% degli attacchi rispetto al 70% nel 2017. Se ne parlerà in una sessione specifica dell'Italian Energy Day l'11 ottobre dedicata ai temi dell'innovazione digitale nel settore in cui sono già confermate le partecipazioni di diverse aziende tra cui: Accenture, Eni, Cesi, in occasione della World Energy Week (Milano, 8-11 ottobre), evento internazionale organizzato dal Consiglio Mondiale dell'Energia, che riunirà i leader globali del settore per promuovere un confronto a livello internazionale con l'obiettivo di rendere l'industria energetica più sostenibile e inclusiva.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ora il pericolo viene dal web

di Vincenzo Scotti



→ a pagina 7

L'analisi

# Il dominio dello spazio virtuale è priorità per la difesa del Paese



I dati

Quelli che produciamo possono essere usati contro di noi

di Vincenzo Scotti

Mentre siamo presi dalle battaglie politiche del presente non ci accorgiamo che nuovi attacchi alla vita degli stati, delle società e dei singoli cittadini sono in atto. Nonostante i media ci informano di «crimini» cibernetici ogni giorno, proprio perché «virtuali» e difficilmente percepibili nella loro gravità per chi è da millenni abituato a vivere nel «materiale» appare chiaro che questi non influenzano il modo in cui la gran parte di noi si pone nell'accedere al mondo cibernetico. Eppure la sicurezza e la tutela del patrimonio economico del nostro Paese si giocano oramai in maniera esponenziale nella quinta dimensione, quella rappresentata dal cyberspazio.

Questa è la settimana dedicata alla cybersecurity, un momento di incontro e confronto che nasce dalla necessità di convergere verso un'azione integrante di tutti gli attori coinvolti, che sia trasversale, sistemica oltre che sistematica. Il veloce sviluppo delle tecnologie, la loro

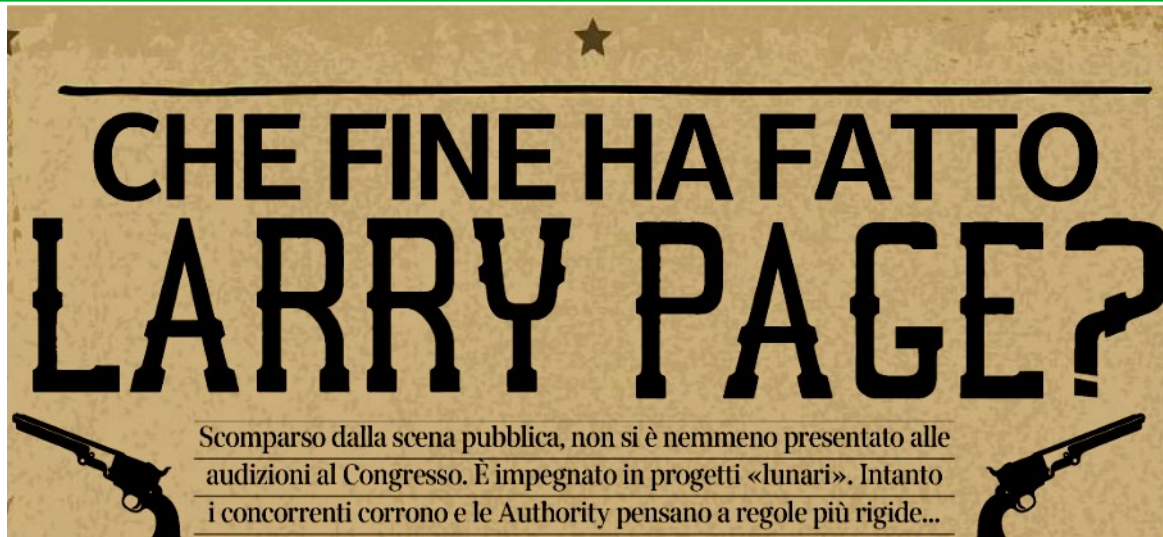
pervasività nel tessuto sociale e umano, la progressiva simbiosi uomo-macchina-tecnologia controverte regole e modi di vivere. Manca un efficace adattamento all'utilizzo delle tecnologie, di facile utilizzo ma insidiose e potenzialmente rischiose. La mancanza di consapevolezza di fronte a quello che è in realtà lo spazio cyber produce vulnerabilità. In rete transitano non solo i dati dei nostri smartphones o dei nostri computer ma anche una gigantesca mole di dati prodotti da Internet of Things, tecnologie militari, strumenti medicali, videogiochi e molto altro. Questi dati raccontano di noi, chi siamo, cosa facciamo, informazioni che possono essere usate per colpirci direttamente o indirettamente o per usarci quale strumento per colpire qualcun altro, un ente, un'azienda un'infrastruttura critica, un intero Paese. La consapevolezza della nostra centralità, ovvero quella di essere cittadini immersi in un Sistema ben più grande, significa che ognuno di noi ha un ruolo nella protezione della nostra nazione, il pericolo non è eliminato esclusivamente con l'utilizzo di un firewall recentissimo o con l'aggiornamento costante dell'antivirus. Un tempo ci si preoccupava di chiudere la porta di casa, oggi questo non è sufficiente per proteggerci, usiamo tutti tecnologie ma non ne conosciamo il modo di utilizzo migliore che deve unire efficienza e sicurezza in modo indissolubile. Il nostro Paese è chiamato ad affrontare peri-

coli sempre maggiori, è determinante lavorare a una strategia nazionale, un'architettura della sicurezza cyber fondata su un'azione unitaria militare e civile, una forte filiera industriale accompagnata da una comune ricerca di base e applicata, la formazione, dalla scuola all'università, la comunicazione, questi i piani strategici per la formulazione e l'adozione delle giuste misure e contro misure per garantire al nostro Paese la giusta protezione.

In passato le guerre si combattevano sul territorio con eserciti e armamenti, oggi si combattono sempre più nello spazio cyber, stanno cambiando anche i termini della pace e della guerra, cambia la sovranità e i confini degli stati, l'antica strategia di disinformazione, conoscerà nuove tattiche e sistemi di azione, gli attacchi cyber potrebbero essere utilizzati per influenzare la libera scelta degli elettori. Quello che abbiamo visto è solo l'alba di un'epoca dove in una lotta senza confini non destinata a finire, prevale l'assioma che «dominare» il dominio cyber equivarrà a collocarsi in una posizione di sicurezza e garantirsi un futuro stabile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





di **Maria Teresa Cometto**

**V**ent'anni dopo la sua nascita e tre anni dopo la riorganizzazione aziendale che ha creato la sua holding Alphabet, Google sta vivendo un momento molto difficile. Ma il suo «vero» fondatore, nonché attuale amministratore delegato (ceo) Larry Page non è in prima fila a difendere la sua creatura. Anzi, è scomparso dalla scena pubblica e, secondo un'inchiesta della rivista finanziaria Bloomberg, è quasi assente anche in azienda.

È un vuoto di leadership che pesa proprio mentre Google è nel mirino delle autorità, sia in Europa sia in America, per il suo dominio nel campo dei motori di ricerca e nella pubblicità digitale e per il suo uso dei dati degli utenti ai fini del business, mentre i suoi concorrenti incalzano.

Lo scorso marzo Amazon ha sorpassato Alphabet diventando la seconda più grande società al mondo per valore in Borsa e a fine maggio anche Microsoft l'ha battuta, così la holding di Google è scivolata quest'anno dal secondo al quarto posto, con 828 miliardi di dollari di capitalizzazione contro i 950 della società di Jeff Bezos e gli 870 di Microsoft guidata da Satya Nadella. Entrambe Amazon e Microsoft competono con Alphabet nel cloud computing (servizi «nella nuvola») e nelle applicazioni dell'intelligenza artificiale (Ai); Bezos sta anche invadendo il campo della pubblicità digitale.

## I rapporti con la politica

È il ceo di Alphabet che cosa fa? Divide il suo tempo fra l'isola dei Caraibi che possiede e la cura di progetti «lunari» (*moonshot*) che probabilmente non si concretizzeranno mai in prodotti commerciabili. È insomma, a soli 45 anni e con un patrimonio personale di 53,5 miliardi di dollari, in una specie di «pensionamento».

Il che poteva funzionare fino a quando Eric Schmidt, ceo di Google per dieci anni dal 2001 alla fine del 2010 e poi presidente esecutivo, era stato la faccia pubblica della società di Mountain View, capace di dialogare con il governo e i legislatori di Washington.

Ma alla fine dell'anno scorso Schmidt si è improvvisamente e misteriosamente dimesso e al suo posto nessuno ora possiede le stesse qualità diplomatiche ed entrate politiche.

Quanto siano tesi i rapporti fra Alphabet e il Parlamento Usa lo si è visto lo scorso 5 settembre quando

Larry Page era atteso — insieme ai leader di Twitter e Facebook — a un'udienza davanti alla commissione senatoriale sull'Intelligence. Jack Dorsey e Sheryl Sanders si sono presentati per discutere l'uso distorto dei loro social media da parte degli agenti russi e di altri Paesi impegnati a influenzare la politica americana e hanno promesso di vigilare per impedire in futuro queste interferenze.

## Visioni

Page non solo non si è presentato, ma non ha mandato al proprio posto nemmeno il numero due della sua holding, il ceo di Google Sundar Pichai, offrendo invece il capo dei global affairs, che è stato respinto dalla commissione. Così la sedia con il cartellino «Google» è rimasta vuota attirandosi, durante l'udienza, l'ira e lo sdegno di numerosi senatori.

Dietro il rifiuto di Page di parlare in pubblico — testimoniato dal fatto che dal 2013 non presenta prodotti e non parla agli analisti sui risultati trimestrali e dal 2015 non parla ai giornalisti — c'è anche un motivo medico. Cinque anni fa gli è stata diagnosticata la paralisi delle corde vocali e da allora riesce con grande fatica a far sentire a sua voce, roca e flebile.



Più in generale c'è dietro un carattere molto schivo e la voglia di Page di occuparsi solo dei progetti futuribili che lo appassionano. «Chief visionary», il capo visionario, lo chiamano gli ammiratori.

Fanatico di tecnologia e computer da quando aveva sei anni e sicuro che avrebbe inventato grandi cose e creato un'azienda da quando ne aveva 12, Page aveva elaborato l'algoritmo di Google per la sua tesi di dottorato in Informatica alla Università di Stanford. Tre anni dopo la fondazione della sua società insieme a Sergey Brin, aveva volentieri lasciato la sua guida al più esperto ed adulto Schmidt e quando, nel 2011, è tornato a fare il ceo, non è durata molto la sua pazienza nella gestione aziendale quotidiana. Per questo nell'ottobre 2014 ha annunciato la ristrutturazione e trasformazione di Google in Alphabet, holding che controlla la «vecchia» Google e una serie di «altre scommesse» come Waymo (automobili a guida autonoma), Verily (biotech e ricerca sulla longevità), DeepMind (intelligenza artificiale), Access (reti di fibre ottiche per collegamenti ultraveloci a Internet) e X (laboratorio segreto).

## Il motore dei profitti

Alphabet è nata nel 2015 ed «è stata creata — sottolinea un suo recente comunicato — esattamente per permettere a Larry di focalizzarsi sulle altre scommesse e sui problemi tecnologici di lungo termine».

Google però continua ad essere la macchina macina soldi del gruppo: nel secondo trimestre 2016 il fatturato pubblicitario del suo motore di ricerca (28 miliardi di dollari) ha rappresentato l'86 per cento del fatturato di tutta Alphabet (32,7) e il grosso dei 3,2 miliardi di profitti netti, elevati nonostante la multa da 5 miliardi di dollari imposta dall'Antitrust dell'Unione europea.

Le «altre scommesse» invece hanno fatturato solo 145 milioni con 732 milioni di perdite.

Ma sul futuro di Google pesa l'incognita di possibili nuove regole in difesa della privacy degli utenti e per controllare l'uso dell'enorme mole di dati raccolti su chi usa il suo motore di ricerca e le sue app.

Il silenzio di Page non aiuta la sua creatura a superare le attuali sfide esistenti.

 @mtcometto

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### Il cuore dell'impero

Sundar Pichai, 46 anni, è l'amministratore delegato di Google dal 2 ottobre 2015. Da lui dipende l'86% dei ricavi del gruppo

### I numeri

# 810

miliardi di dollari  
Il valore in Borsa di Alphabet, l'holding che controlla le attività di Google

# 91,7%

la quota di mercato di Google nel settore dei motori di ricerca sul web; 31,7% quella sulla pubblicità digitale Usa

# 53,5

miliardi di dollari  
La ricchezza personale accumulata da Larry Page secondo la rivista americana Forbes

multi  
media**Da Time al WP  
i grandi del web  
a caccia  
delle testate  
storiche****Alberto Flores d'Arcais**  
a pagina 26

# Time, The Atlantic, WP e gli altri la Rete a caccia delle Signore di Carta

**BENIOFF, PATRON DI SALESFORCE, HA ACQUISTATO IL PIÙ PRESTIGIOSO E DIFFUSO NEWSMAGAZINE DEL MONDO MA GIÀ BEZOS E ADDIRITTURA LA VEDOVA JOBS COMPRANDO ANTICHE E IMPORTANTI TESTATE AVEVANO AFFERMATO LA FIDUCIA DELL'HI-TECH NELLA STAMPA D'ALTO LIVELLO**

**Alberto Flores d'Arcais***New York*

«Vivo con la mente di un principiante. Fino a due settimane fa non mi ero reso conto che stavo per comprare Time». Che Marc Benioff (insieme alla moglie Lynne) stesse per comprare il più famoso magazine americano non se lo aspettava nessuno e stando a quella chat che ha inviato al New York Times in una curiosa intervista via sms, sembrerebbe non ci avesse pensato neanche lui. Niente di più falso, lo spiega lui stesso citando il maestro zen Suzuki («nella mente del principiante ci sono molte possibilità, nella mente dell'esperto ce ne sono poche») e ammettendo poi che, ebbene sì, a Time ci stava pensando da diverso tempo, anzi a dirla tutta «dal momento in cui Time Warner aveva venduto al gruppo Meredith».

**Quasi un secolo**

Negli ultimi cinque anni la storia del settimanale creato quasi cento anni fa (era il 1923) da Briton Hadden - il suo primo direttore e l'inventore di quel nuovo stile giornalistico che sarebbe passato alla storia come 'timestyle', morto 31enne - e Henry Luce (il grande artefice del successo del magazine), è stata piuttosto tribolata. Complice la crisi della carta stampata - e più in generale degli 'old media' - nel gennaio 2013 vennero

annunciato drastici tagli, compensati pochi mesi dopo dalla nomina di Nancy Gibbs a prima donna chiamata a dirigere Time. Nonostante uno standard ancora elevato e vendite che andavano relativamente ancora bene (mentre il 'nemico' Newsweek precipitava) risalgono a quei mesi i primi contatti tra Time Inc. e il gruppo Meredith (che possiede il più grande numero di settimanali al mondo) dei fratelli Kock, grandi finanziatori del partito repubblicano e di quanto sta a cuore all'America conservatrice.

Con l'acquisto da parte di Benioff (e moglie) per la bella cifra di 190 milioni di dollari cash, il settimanale famoso in tutto il mondo per le sue copertine e per l'uomo dell'anno, un altro marchio del giornalismo storico finisce adesso nelle mani di un magnate della Silicon Valley. Marc Russell Benioff, 54 anni da compiere domani 25 settembre, miliardario della rete, autore di saggi e filantropo, è infatti il co-fondatore (nonché presidente e co-amministratore delegato) di Salesforce, la società di 'cloud computing' con sede a San Francisco di cui detiene azioni per la bellezza di circa tre miliardi di dollari.

**Potere della narrazione**

«Il potere di Time è sempre stato nella sua narrazione unica delle persone e dei problemi che ci riguardano e ci collegano tutti. Un tesoro della nostra storia e della nostra cultura. Abbiamo un profondo rispetto per la loro organizzazione e siamo onorati di essere custodi di questo marchio iconico». Così, via Twitter (Trump ha fatto scuola), Benioff ha festeggiato l'acquisto del settimanale, che ancora oggi nonostante siano di-

mezzati vanta due milioni di copie vendute ogni settimana. L'acquisto di Time - hanno dichiarato sia Meredith nel primo annuncio che gli stessi coniugi Benioff nelle dichiarazioni successive - è completamente separato dal business di Salesforce, società che offre servizi per per aiutare le aziende a gestire le vendite e il servizio clienti e soprattutto, cosa che sta più a cuore alla redazione di Time, «non verrà coinvolta in alcun caso nel lavoro quotidiano e nelle decisioni giornalistiche che continueranno ad essere guidate dall'attuale gruppo dirigente del settimanale». E per essere chiari fino in fondo, Marc e Lynne in un'intervista con il Wall Street Journal hanno spiegato che l'acquisto di Time era «un solido affare, ideale per un investimento di famiglia». L'acquisto del celebre magazine americano da parte di un miliardario del digitale come Benioff è solo l'ultima acquisizione di mezzi di informazione storici da parte dei giganti dell'high-tech.

**Il patron di Amazon**

Capofila fu (come spesso gli accade) Jeff Bezos. Il patron di Amazon nel 2013, fra la sorpresa generale e molte polemiche sulla libertà di stampa (che negli Stati Uniti è presa molto seriamente, sia pure con qualche caduta negli ultimi anni), acquistò per 250 milioni di dollari il Wa-



shington Post, quotidiano bibbia della capitale e della politica, famoso per il Watergate e i suoi numerosi premi Pulitzer. La redazione rimase sotto shock, ma le promesse di Bezos («non interverrò mai nella fattura del giornale») vennero mantenute. Dopo qualche iniziale sacrificio e le inevitabili ristrutturazioni il Washington Post si è ripreso alla grande e con l'arrivo di Donald Trump alla Casa Bianca è diventato (grazie ai suoi scoop sul Russiagate) un capo-

saldo di fatto dell'opposizione. Rilanciandosi fra l'altro anche con il ritorno di Bob Woodward (il giornalista che insieme a Carl Bernstein ha costretto alla dimissioni Richard Nixon) e che ha appena dato alle stampe un libro su Trump ("Fear", paura) che in pochi giorni ha sfondato il muro del milione di copie.

Bezos e non solo. Anche un altro nome sacro nella Silicon Valley, Laurene Powell Jobs (la vedova di Steve) è entrata nel mondo dei media 'storici', compran-

do la maggioranza delle azioni di The Atlantic, che ormai da anni viene considerato uno dei migliori, se non il migliore in assoluto, tra i magazine d'America. E il Los Angeles Times (vedi riquadro) dall'inizio dell'anno è proprietà di un miliardario californiano. All'avanzata dei 'mogul' digitali resistono per ora le grandi testate della Grande Mela come New York Times e New Yorker. Qualcuno ipotizza che prima o poi anche per loro verrà il momento di vendere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**[ MEDIA E TECH ]**

**The Washington Post**

Il quotidiano del Watergate e di 47 premi Pulitzer (un record), fondato nel 1877, è stato acquistato da Jeff Bezos, il patron di Amazon, nell'ottobre 2013 per 250 milioni di dollari

190

**MILIONI DI DOLLARI**

Prezzo pagato da Marc Benioff per rilevare la testata Time da Meredith che l'aveva comprato a sua volta da Aol nove mesi fa

1923

**LA FONDAZIONE**

Anno in cui Time fu fondato da Henry Luce. Nelle varie edizioni ha ancora una tiratura di 1,5 milioni di copie (erano 3 nel 2010)

**Newsweek**

Il newsmagazine più "aggressivo" della stampa Usa fu ceduto nel 2010 dallo stesso WP all'Internet company Iac e da questa alla Ibt Media nel 2013

**The Atlantic**

Uno dei mensili d'opinione più prestigiosi del mondo, fondato nel 1857, è stato rilevato nel luglio 2017 dalla vedova di Steve Jobs, Laurene Powell, con la sua società hi-tech Emerson

**[ LOS ANGELES TIMES ]**

**Sulla west coast la raffica di acquisti più vorticososa**

Nel vorticoso compra-e-vendi della stampa americana, il record per numero di compravendite spetta sicuramente al *Los Angeles Times*, fondato nel 1881, uno dei Big Four (con *Nyt*, *Wp* e *Wsj*) dei quotidiani americani. Dopo essere rimasto per un secolo sotto l'ala protettiva della famiglia Chandler, nel 2000 all'improvviso il giornale ha cambiato proprietà: la *Times-Mirror Company* è stata acquistata dalla *Tribune Company* di Chicago, editrice dell'omonimo quotidiano della metropoli dell'Illinois. Nel 2007 nuova vendita, quando l'intera *Tribune Company* è stata rilevata

dal magnate del real estate Sam Zell. Senonché tempo un anno e mezzo la compagnia di Zell ha dichiarato fallimento. Da quel momento e fino al gennaio 2015 quando è stata rilevata dal miliardario Austin Beutner, il giornale ha alternato periodi di chiusura e riapertura, e di on-and-off fra Internet e la versione cartacea, che alla fine comunque è sopravvissuta. Infine nel febbraio 2018 l'ennesimo cambio di proprietà, quando il *LAT* è stato comprato dal miliardario sino-americano Patrick Soon-Shiong, che aveva fatto fortuna col biotech.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**[IL PERSONAGGIO]**

**L'ex dirigente Oracle diventato ricco con il cloud**

Con un fatturato 2017 di 8,4 miliardi di dollari (e un utile netto di quasi 180 milioni), Salesforce.com è una delle prime società del mondo specializzate nelle soluzioni per il cloud computing. Marc Benioff, 56 anni, l'ex dirigente di Oracle che l'ha fondata nel 1999 e che tuttora la guida, è diventato ricchissimo (6,7 miliardi di fortuna personale) grazie ad essa: ora ha acquistato Time a titolo personale.



**Marc Benioff,**  
fondatore di  
Salesforce



**ALL'INIZIO FU AOL**

Time non da oggi fa parte di grandi gruppi multimediali web-based: nel 2000 fu acquisito da Aol insieme alla Warner Bros, e nel gruppo poi entrò anche il Cnn di Ted Turner

# Registri, relazioni e bollino del revisore: carte in regola per la formazione 4.0

## AGEVOLAZIONI

L'attestazione nel dettaglio delle attività è decisiva per il credito d'imposta

Va chiarito cosa fare nelle società che hanno il bilancio certificato

A cura di

**Giorgio Gavelli**  
**Riccardo Giorgetti**

Ultime settimane a disposizione delle imprese (salvo proroghe) per sostenere le spese in attività di formazione del personale dipendente, per acquisire o consolidare le competenze nelle tecnologie «4.0» e poter accedere all'incentivo automatico previsto dalla legge di Bilancio 2018. Il credito d'imposta, infatti, riguarda le spese sostenute «nel periodo d'imposta successivo a quello in corso al 31 dicembre 2017». I requisiti per fruire dell'agevolazione e le relative modalità applicative sono previsti dalla legge 205/2017, (articolo 1, commi 46-56) e dal provvedimento attuativo, il decreto del ministero dello Sviluppo economico del 4 maggio 2018.

Come per tutti i bonus di natura automatica (ossia dove il controllo dell'amministrazione avviene quasi totalmente ex post rispetto alla fruizione del beneficio, senza istanza preventiva), predisporre correttamente i giustificativi di spesa e gli altri documenti necessari evita un successivo recupero gravato di sanzioni e interessi. Gli adempimenti sono disciplinati dagli articoli 5 e 6 del decreto 4 maggio 2018, secondo il quale:

- va redatta e conservata una relazione (a cura del docente interno, del responsabile aziendale della formazione o del formatore esterno) che illustri le modalità organizzative e i contenuti delle attività di formazione svolte;
- va conservata l'ulteriore documentazione contabile e amministrativa idonea a dimostrare la corretta applicazione del beneficio, anche in funzione del rispetto dei limiti e delle condizioni posti dalla

disciplina comunitaria in materia;

- vanno tenuti i registri nominativi di svolgimento delle attività formative, sottoscritti congiuntamente dal personale discente e docente o dal soggetto formatore esterno all'impresa;

- vanno indicati nel modello Redditi (fino a esaurimento del credito) i dati relativi al numero di ore e dei lavoratori che prendono parte alla formazione;

- l'effettivo sostenimento delle spese ammissibili e la corrispondenza delle stesse alla documentazione contabile predisposta dall'impresa devono risultare da una certificazione ad hoc rilasciata dal soggetto incaricato della revisione legale e conservata unitamente al bilancio; in mancanza, l'impresa deve rivolgersi a un revisore legale o a una società di revisione.

Per le sole imprese non soggette a revisione legale, le spese sostenute per adempiere all'obbligo di certificazione della documentazione contabile sono riconosciute in aumento del credito d'imposta, fino a 5mila euro e nel rispetto del limite complessivo di 300mila euro.

Il decreto assoggetta l'uso in F24 del credito d'imposta non solo all'inizio del periodo d'imposta successivo, ma, esplicitamente, «all'avvenuto adempimento degli obblighi di certificazione». La data (certa) di quest'ultima, pertanto, deve precedere la monetizzazione del bonus. Come già avvenuto per il credito d'imposta ricerca e sviluppo, le spese di certificazione (ordinariamente di competenza dell'anno successivo a quella di sostenimento dei costi agevolabili, generalmente il 2019), ai soli effetti dell'individuazione del momento di decorrenza della utilizzabilità in compensazione del

credito d'imposta, si considerano sostenute nello stesso periodo agevolabile (in caso contrario, infatti, si perderebbero perché «fuori termine»). Su questo punto si veda l'approfondimento di Confindustria del 3 agosto, che richiama la circolare 13/E/2017 sul credito d'imposta per ricerca e sviluppo.

L'ultimo periodo del comma 53 dell'articolo 1 della legge di Bilancio 2018 afferma che «le imprese con bilancio revisionato sono esenti dagli obblighi previsti dal presente comma», una disposizione non meglio chiarita dal decreto attuativo né dalla relazione accompagnatoria. Molto più centrata è l'indicazione prevista per il credito d'imposta ricerca e sviluppo, dove l'esonerazione dalla certificazione a cura del revisore legale scatta per le «imprese con bilancio certificato» (articolo 3, comma 11 del Dl 145/2013 e articolo 7, comma 3, del decreto 27 maggio 2015), dizione assai più precisa e comprensibile di «imprese con bilancio revisionato». Sempre con riferimento al credito d'imposta R&S, la circolare 5/E/2016 ha precisato che «ai fini dei successivi controlli, le imprese con bilancio certificato sono comunque tenute a predisporre la documentazione contabile idonea a dimostrare la spettanza del credito di imposta».

È indispensabile, infine, rilasciare ai dipendenti una dichiarazione del legale rappresentante (in base al Dpr 445/2000) che attesti l'effettiva partecipazione alle attività formative agevolabili, con indicazione dell'ambito di riferimento dell'attività formativa, in coerenza con quanto previsto dalla legge istitutiva.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**I CASI RISOLTI**

	<b>LA FORMAZIONE</b>	<b>IL TRATTAMENTO</b>
<b>Corsi con formatore interno</b>	<b>Alfa Spa organizza nel corso del 2018 al suo interno un corso di formazione per una ventina di dipendenti nell'ambito della robotica avanzata. Il corso viene tenuto da un tecnico specializzato, anch'egli dipendente della società</b>	Concorrono a determinare il credito d'imposta sia il costo aziendale dei dipendenti discenti sia quello del dipendente formatore. Il costo del formatore va però assunto entro il tetto del 30% della sua retribuzione complessiva annua
<b>Quali costi entrano nel calcolo del credito</b>	<b>Beta Srl sostiene nel 2018 il costo di un corso di formazione sulla cyber security organizzato da un ente accreditato. Partecipano cinque dipendenti, due amministratori e due giovani in contratto di apprendistato</b>	Le quote di partecipazione non concorrono a determinare il credito d'imposta, né il costo aziendale degli amministratori. Concorre il costo aziendale dei dipendenti per le giornate di partecipazione (apprendisti compresi)
<b>Il corso non previsto nel contratto</b>	<b>Una cooperativa vuole far partecipare sette dipendenti a un corso di formazione sul cloud computing organizzato da un ente accreditato. L'attività formativa non è prevista nel contratto collettivo aziendale di lavoro, né in quello territoriale</b>	Per non perdere il diritto al bonus, una soluzione possibile è quella di apportare una integrazione al contratto aziendale e di depositarla presso l'Ispettorato del Lavoro, in base all'articolo 14 del Dlgs 151/2015
<b>Il corso su macchine non in azienda</b>	<b>Teta Srl intende far partecipare cinque dipendenti a un corso di formazione organizzato da un ente accreditato, in vista del possibile acquisto di un macchinario 4.0 o del distacco di tale personale nella capogruppo che già ha un macchinario simile</b>	Il costo aziendale dei cinque dipendenti, trasferte comprese, concorre alla determinazione del credito d'imposta anche se Teta Srl non ha ancora investito nella nuova tecnologia e anche nel caso in cui non effettuasse l'investimento

[TV ON DEMAND]

# Timvision, contenuti e connettività

NUOVI PROGRAMMI SULLA PIATTAFORMA A PAGAMENTO, ABBINATI A OFFERTE DI CONNESSIONE "DEDICATA" PER LA FRUIZIONE IN ALTA DEFINIZIONE, VIA INTERNET, DI FILM, DOCUMENTARI E SERIE TELEVISIVE ANCHE AUTOPRODOTTE

**T**IMVISION è una delle principali piattaforme di streaming del panorama italiano e offre serie tv in anteprima esclusiva, grandi successi cinematografici, film inediti, cartoni animati, grandi eventi sportivi, documentari, programmi di intrattenimento e news anche grazie ad importanti accordi siglati, tra i più recenti quelli con Vision Distribution, Mediaset, Warner Bros. e Eurosport.

Punta a dare la migliore user experience con la migliore offerta di connettività fissa e mobile: l'obiettivo è quello di unire con una unica soluzione connettività e contenuti. Oggi alla base di qualsiasi servizio, in mobilità o a casa, è la disponibilità di una connessione veloce e stabile. E Tim punta a offrire qualità di infrastruttura sempre più orientata alla fruizione dei servizi, un percorso che registra oggi oltre 1,6 milioni di clienti Timvision e che consente alla piattaforma on demand di posizionarsi al centro della rivoluzione digitale promessa al mercato dal piano strategico DigiTIM.

Inoltre, per vivere un'esperienza ancora più completa, con il decoder TIM Box e le sue funzionalità rinnovate è possibile l'accesso rapido ai canali, riprendere la visione dall'inizio del programma o rivederlo quando si vuole.

Per quanto riguarda lo sport, comprende i grandi appuntamenti sportivi grazie alla partnership con Eurosport per seguire i principali eventi italiani e internazionali. Dopo gli US Open dello scorso agosto, si prosegue in ottobre con il campionato Serie A di basket, la Coppa del Mondo di sci alpino a Sölden e le classiche di fine stagione del ciclismo. Anche il grande calcio della Serie A TIM è protagonista: per i clienti è infatti disponibile direttamente sul decoder l'app Dazn.

Da più di un anno, inoltre, Timvision è impegnata nella realizzazione di progetti di produzione e coproduzione di film e serie TV, in collaborazione con i principali player del mercato nazionale ed internazionale e la stagione autunnale si avvia con molti titoli attesi che rafforzano l'offerta streaming.

In questo percorso di crescita si è inserita a 'Venezia 75' con "L'amica geniale", uno dei progetti più attesi della prossima stagione televisiva, tratto dal primo libro della quadrilogia di Elena Ferrante, best seller nel mondo ed edito in Italia da Edizioni E/O. Sono sta-

te presentate al festival le prime due puntate della serie diretta da Saverio Costanzo.

La serie andrà in onda in autunno nello stesso giorno e nella stessa fascia oraria su Timvision e Rai 1.

Timvision punta alla pluralità dei modi di fruizione e nella differenziazione dei pubblici a cui si rivolge con storie sempre diverse ma ognuna con una sua natura innovativa, confermando il proprio impegno produttivo nel valorizzare la creatività italiana e i giovani talenti ma con attenzione anche ai grandi successi internazionali. Ne sono un esempio le esclusive in Italia di "The Handmaid's Tale", "Killing Eve" e "The Good Fight", le serie tv più importanti nel panorama mondiale.

A questi titoli si affiancano produzioni di grande successo come "SKAM Italia", coprodotto con Cross Productions per la regia di Ludovico Besegato. La prima stagione ha raccolto un incredibile successo di pubblico e critica in tutto il mondo, fino a trasformarsi in un vero e proprio fenomeno internazionale testimoniato dalle oltre 8 milioni di views sui social e da un pubblico estremamente giovane - il 65% dell'audience ha meno di 20 anni. Sempre per il pubblico dei giovanissimi ha prodotto la docuserie "Dark Polo Gang - La serie", sul gruppo musicale omonimo, una band che è un vero e proprio fenomeno di popolarità tra i teen, coprodotta con Oplon Film in associazione con Ring Film, e diretta da Tommaso Bertani e Carlo Salsa.

"TIM prosegue con determinazione nel percorso di arricchimento dell'offerta di Timvision, puntando su prodotti esclusivi che derivano dalle nostre produzioni o da accordi con i più importanti player del mercato. La nostra offerta è già apprezzata da oltre 1,6 milioni di clienti e stiamo puntando molto sulle nuove produzioni e acquisizioni nazionali ed internazionali. Il decoder TIM Box è una finestra aperta che propone le offerte di più player anziché un unico pacchetto di un solo broadcaster" sottolinea Daniela Biscarini, Responsabile Multimedia Entertainment & Consumer Digital Services di TIM. (Cla.Ger.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Un'immagine de "L'amica geniale", una delle serie tv più attese. Sotto, **Daniela Biscarini** responsabile Multimedia Entertainment & Consumer Digital Services di TIM

