

Rassegna del 26/11/2018

L'Economia del Corriere della Sera	40	Caccia ai talenti per costruire un paese digitale	Cimpanelli Giulia	1
Giorno-Carlino-Nazione Economia&Lavoro	5	La sfida delle competenze digitali Italia fanalino di coda in Europa - Dal Desi, che misura la digitalizzazione della società europea, emerge che nel 2018 l'Italia è rimasta al 25esimo posto fra i 28 Stati membri dell'Ue. Peggio di noi soltanto Bulgaria,	Comelli Elena	2
Giorno-Carlino-Nazione Economia&Lavoro	4	Il Paese della rete lenta Ma la rincorsa su 5G e fibra si scontra con la politica In ballo il futuro tecnologico	Comelli Elena	3
Repubblica	31	Internet of Things e Smart City sta arrivando il 5G	...	6
Repubblica Affari&Finanza	34	5G, ecco lo smart glass il mondo a 360 gradi	Carli Stefano	7
Giorno-Carlino-Nazione Economia&Lavoro	6	Tecnologie IoT in vetrina L'innovazione trova casa a Illuminotronica 2018	Manca Paola_Benedetta	9
L'Economia del Corriere della Sera	28	Da Pisa a Donald Trump wi-fi made in Italy	Gaggi Massimo	11
L'Economia del Corriere della Sera	57	Nel display si vede lo sviluppo	Millucci Barbara	12
L'Economia del Corriere della Sera	24	Pericolo caduta perché Apple & co. adesso fanno paura	Cometto Maria_Teresa	13
L'Economia del Corriere della Sera	10	Il punto - Non solo Apple e Microsoft: lo spazio per l'Italia c'è	Manca Daniele	15
Messaggero	20	E oggi arriva il Cyber Monday caccia ai saldi sui prodotti hi-tech - Oggi tocca ai saldi hi-tech si apre la caccia al regalo	Caprodossi Alessio	16
L'Economia del Corriere della Sera	50	Pagamenti digitali. La carica delle Poste	Gadda PierEmilio	18
Repubblica Affari&Finanza	22	Bancomat, la svolta dell'e-payment	Carli Stefano	20
Repubblica Affari&Finanza	46	Focus Finanza digitale - Fintech e nuove partnership le banche alla prova del web	Dell'Olio Luigi	22
Stampa	11	Così lo sbarco di Amazon rivoluziona Long Island - Amazon decide di sbarcare a Long Island	Riotta Gianni	26
Repubblica Affari&Finanza	16	Evans, un canadese a Shanghai "Una seconda vita per Alibaba" - Un canadese a Shanghai "Una seconda vita per Alibaba"	Santelli Filippo	28
Repubblica Affari&Finanza	13	La Cisgiordania fa litigare Airbnb e Israele	Oberlé Thierry	32
L'Economia del Corriere della Sera	16	Banda larga & piani Ripa (Open Fiber): Rete unica? Intanto noi cabliamo il Paese - Elisabetta Ripa Banda larga «Noi non aspettiamo»	Puato Alessandra	33
L'Economia del Corriere della Sera	17	Il nodo investimenti sul futuro di Tim	Gallo Riccardo	36
Repubblica Affari&Finanza	1	L'editoriale - Tim, sulla rete per ora c'è solo rumore - La rete Tim e il rumore di fondo	Bogo Fabio	37
Repubblica Affari&Finanza	7	Il commento - Un Paese fermo nel guado i soldi vanno spesi nell'innovazione	Travaglini Giuseppe	38
L'Economia del Corriere della Sera	24	Se sale (di più) la passione digitale delle imprese	Gambarini Francesca	40
Giorno-Carlino-Nazione Economia&Lavoro	24	Il lavoro al tempo dell'industria 4.0 «Umanesimo e intelligenza artificiale: un nuovo rapporto uomo-tecnologia»	Conti Francesca	41

CACCIA AI TALENTI PER COSTRUIRE UN PAESE DIGITALE

Ntt Data cerca 300 esperti di cyber security, dati e blockchain

E lancia una sfida: portare le donne al 50% della forza lavoro

di **Giulia Cimpanelli**

Trecento posizioni aperte. «Trecento risorse disperatamente introvabili»: con queste parole Walter Ruffinoni, amministratore delegato di Ntt Data Italia, spiega la situazione in cui si trova la sede italiana del colosso di information technology giapponese: «La domanda è in costante incremento, ma il vincolo per la crescita sono le risorse: non riusciamo a soddisfarla come vorremmo a causa della carenza laureati in informatica e materie scientifiche, matematiche, informatiche e tecniche».

Le competenze più richieste da Ntt Data riguardano Big data, cyber security, blockchain, sviluppatori Java, customer experience designer. Inoltre, da febbraio 2018, è nata la nuova linea Artificial Intelligence, Internet of Things, and Virtual Reality, in cui l'azienda prevede di introdurre nuove figure professionali.

«In particolare — continua Ruffinoni — abbiamo un disperato bisogno di ragazze, e quelle laureate in materie tecniche sono ancora più difficili da trovare. Il motivo è semplice. Le caratteristiche della leadership del futuro saranno molto più femminili: caring, pragmatismo, inclusione, problem solving. Oggi abbiamo in azienda una quota pari al 29,6% di donne: troppo poche. In Ntt almeno il 50% delle assunzioni e delle promozioni devono diventare femminili».

L'azienda collabora con molte università italiane e da alcuni anni ha avviato un percorso di coding e robotica nelle scuole primarie con cui ha già raggiunto diecimila bambini.

Nomi e progetti

Nonostante questa carenza di risorse, l'azienda ha registrato in Italia una crescita a doppia cifra, tra il 10 e il 13% negli ultimi quattro anni, e chiuderà il 2018 con un fatturato di oltre 300 mi-

lioni di euro. Il Belpaese per l'azienda è il primo mercato europeo: «Dei circa tremila dipendenti degli otto uffici italiani, mille sono stati assunti negli ultimi tre anni e mezzo. Siamo particolarmente allineati nelle aree che sono cresciute di più, in primis la cyber security, la cui domanda oggi è esplosiva».

Gli altri settori in cui l'azienda è specializzata vanno dai big data alla blockchain, dallo sviluppo di applicazioni mobili all'Iot, passando per l'attività di consulenza per aiutare i clienti a capire come ripensare i processi. L'80% del fatturato di Ntt Data in Italia proviene dai venti maggiori clienti, colossi tra cui Tim, Vodafone, Enel, Intesa Sanpaolo, Nexi, Inps, Eni, Snam, Leonardo, Generali.

La società giapponese rappresenta quindi un'opportunità per i giovani, e per il Paese intero: «Ormai assumiamo quasi tutti i neolaureati in informatica nelle università della Campania. La sede di Cosenza, infatti, è diventata un centro di ricerca e sviluppo di NTT a livello globale, insieme a quelle di Tokyo e Palo Alto».

Ancora più a Sud, l'ufficio di Ntt Data di Cosenza è anche sede del primo Distretto tecnologico di Cyber Security, un programma di ricerca e sviluppo finanziato dall'Europa e dal governo italiano, a cui collabora anche Poste. Il progetto ha come obiettivo quello di creare una «Teknocity» progettata per cogliere i segnali delle nuove culture digitali e prevede anche la presenza di incubatori di startup innovative, un auditorium crossmediale e un Cyber Museum.

Fronte startup

L'azienda lavora già con startup e pmi innovative del territorio, in ottica di open innovation. Ne è un esempio GipsTech, con la quale Ntt Data ha sviluppato NariNavi, una tecnologia progettata

per l'aeroporto Narita di Tokyo, in Giappone. Grazie alla micro-localizzazione ad alta precisione e bassa infrastruttura, NariNavi permette ai viaggiatori di muoversi in sicurezza all'interno dello scalo e orientarsi attraverso un'app e visualizza anche una mappa 2.5D dei tre terminal.

«Per Ntt Data Italia si tratta di un traguardo molto ambizioso — conclude l'amministratore delegato —. Il progetto è l'esempio concreto di quanto l'Italia sia un Paese strategico per il gruppo e quanto un approccio aperto all'innovazione porti a grandi risultati. NariNavi nasce infatti da una triangolazione tra Ntt Data, le startup e il cliente finale. Un approccio aperto, che si nutre di risorse e competenze tecnologiche provenienti dall'esterno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tecnologie

Walter Ruffinoni è amministratore delegato di Ntt Data Italia. La multinazionale di consulenza e servizi IT è presente in oltre 50 Paesi



La sfida delle competenze digitali Italia fanalino di coda in Europa

Dal Desi, che misura la digitalizzazione della società europea, emerge che nel 2018 l'Italia è rimasta al 25esimo posto fra i 28 Stati membri dell'Ue. Peggio di noi soltanto Bulgaria, Grecia e Romania



La Danimarca è la migliore nell'Ue per la diffusione dell'utilizzo di internet dalla popolazione e per l'integrazione delle tecnologie digitali

Lars Løkke Rasmussen
Premier danese

■ MILANO

La Commissione europea ormai parla in termini di Gigabit Society. I dispositivi dei prossimi anni, dall'auto a guida autonoma alla smart city, avranno bisogno di connessioni ad altissima velocità, misurabile in gigabit e non in megabit al secondo, con bassissimi tempi di latenza, nell'ordine di 2-3 millisecondi, richiesti dalle applicazioni critiche per la sicurezza e per la gestione del territorio. Chi sarà fuori da questo quadro resterà al palo nell'utilizzo di tutte le tecnologie di ultima generazione, che saranno applicate nelle economie più avanzate.

NON È soltanto una questione tecnica, come emerge dal Digital Economy and Society Index (Desi) 2018 della Commissione europea, ma anche un problema di capitale

umano: in un Paese dove il 31% della popolazione non usa Internet e il 56% della popolazione non è in possesso delle competenze digitali di base, parlare di reti è come costruire autostrade mentre i cittadini non hanno la patente. Nell'ultima edizione dell'indice europeo che misura la digitalizzazione della società, l'Italia è rimasta ferma al 25° posto fra i 28 Stati membri dell'Ue. Peggio di noi si piazzano soltanto Bulgaria, Grecia e Romania. Tra le grandi economie europee, è il Regno Unito a piazzarsi meglio, al 7° posto, seguito dalla Spagna al 10° posto, mentre la Germania arriva appena al 14°, subito sopra la media europea, e la Francia al 19°, sotto la media.

SONO i Paesi nordici, invece, a svettare come al solito nella classifica. Danimarca, Svezia e Finlandia occupano le prime tre posizioni, seguite dall'Olanda, il Lussemburgo e l'Irlanda. Guardando alle cinque categorie prese in considerazione dal rapporto, la Danimarca è la migliore nell'Ue per la diffusione dell'utilizzo di internet dalla popolazione e per l'integrazione delle tecnologie digitali, mentre la Finlandia è al primo posto nel capitale umano e nel livello dei servizi pubblici digitali nella comunità.

SUL FRONTE della connettività, cioè della penetrazione della banda larga, i nordici sono tutti ben connessi, ma non eccellono: pur essendo il leader dell'Ue nell'adozione della banda larga mobile, ad esempio, la Finlandia ha un punteggio relativamente basso (9° posto) per la penetrazione limitata della ban-

da larga fissa. Un gap che assomiglia un po', seppure su livelli molto più elevati, a quello italiano, dove solo il 57% delle famiglie è coperto dalla banda larga fissa (e appena il 5% dalla banda ultralarga), mentre l'86% è coperto dalla banda larga mobile. La sfida principale per i nordici è migliorare la copertura della rete nelle aree rurali e scarsamente popolate.

PER QUANTO riguarda invece le competenze digitali, la Finlandia è al primo posto, con la quota più alta di specialisti in Ict, seguita dalla Svezia al secondo posto. Gli utenti Internet più attivi dell'Ue si trovano in Danimarca e Svezia. Gli abitanti dei Paesi nordici vanno online per «ascoltare musica, guardare video, leggere notizie online e utilizzare i social network, in misura maggiore rispetto alla maggior parte degli altri europei». La Danimarca prevale anche nell'integrazione delle tecnologie digitali nel mondo delle imprese, compresi i servizi di cloud computing.

L'IMPLEMENTAZIONE e l'adozione di servizi pubblici digitali è elevata in tutti i Paesi nordici. La Finlandia è al primo posto, ma anche gli altri nordici ottengono buoni risultati su indicatori come l'eGovernment e i servizi di sanità elettronica.

Elena Comelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il Paese della rete lenta Ma la rincorsa su 5G e fibra si scontra con la politica In ballo il futuro tecnologico

L'obiettivo è garantire i servizi delle Smart city, con auto connesse in rete, chirurgia a distanza e realtà aumentata

IL 5G mobile avrà bisogno di reti in fibra ottica nelle case per offrire i servizi promessi in banda ultralarga (oltre i 30 Mbps). La velocità media di Internet in Italia è di 15 Mbps, il che ci posiziona al 43° posto nel mondo per la velocità di connessione, lontani dai campioni mondiali Singapore (60 mega), Svezia (46) e Danimarca (44)



La discesa in campo di Open Fiber ha dato una forte accelerata al piano di diffusione della fibra: l'obiettivo della società è di raggiungere 19,5 milioni di unità immobiliari nelle aree urbane

Elisabetta Ripa
Ad Open Fiber

Elena Comelli
MILANO

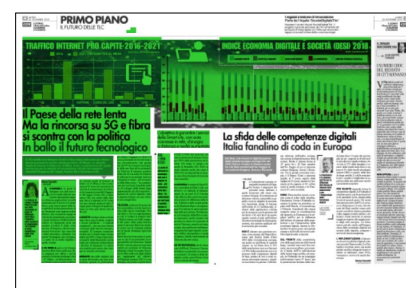
AUTOMOBILI in grado di dialogare con altre auto o con la strada, delicate operazioni chirurgiche eseguite a distanza, applicazioni in realtà aumentata per il lavoro e il tempo

libero: sono scenari aperti dalla rete mobile di quinta generazione, le cui frequenze sono appena andate all'asta e che consentirà maggiore velocità di connessione, con minori tempi di latenza. Della facilità di utilizzo di ologrammi potrà per esempio avvalersi il retail, come nel caso di Amazon, che ha recentemente brevettato uno «specchio a realtà miscelata», chiamato così perché l'immagine che restituisce è a metà tra la realtà tangibile e quella virtuale.

IL 5G MOBILE, però, avrà bisogno di reti in fibra ottica nelle case, dove poggiarsi per offrire i servizi promessi in banda ultralarga (oltre i 30 Mbps), un'infrastruttura su cui l'Italia è ancora molto indietro. La velocità media di Internet in Italia è di 15 Mbps, il che ci posiziona al 43° posto nel mondo per la velocità di connessione, ben lontani dai campioni mondiali Singapore (60 mega), Svezia (46) e Danimarca (44), ma anche dalla Spagna, che si è piazzata al 16° posto con una velocità media di oltre 27 mega (quasi il doppio di quella italiana), in base agli ultimi dati di M-Lab.

A QUESTO risultato siamo arrivati dopo dieci anni di piani, comitati e risorse pubbliche – 4 miliardi complessivi – che non sono bastati a staccarci dalle retrovie europee e mondiali. Il Comitato interministeriale per la banda larga nacque infatti nel 2007 e l'anno dopo furono inseriti nella finanziaria i primi fondi per realizzare infrastrutture e favorire la domanda. Lo sforzo non sembra però essere stato ripagato in termini di risultati.

ABBIAMO una delle migliori reti in rame del mondo, ma cosa ce ne facciamo quando le performance più efficaci viaggiano su fibra? La causa principale dei ritardi risale a una privatizzazione mal gestita, che nel '97 ha concesso la proprietà della rete fissa all'ex monopolista Telecom. Il mancato scorporo della rete tlc e la scelta di Telecom



di utilizzare la tecnologia Adsl con il doppino in rame – più economico della fibra ottica — ha condizionato per vent’anni il modello italiano di sviluppo della banda larga, appesantendo gli altri operatori, i fornitori di servizi digitali e tutte le imprese italiane con una velocità non competitiva.

TELECOM, anche per l’enorme debito accumulato, non ha mai investito nelle nuove tecnologie. Perché farlo, è l’ovvio ragionamento, se così si svaluta la propria rete? L’Italia è caduta così nella ‘trappola del rame’, dalla quale faticosamente il governo Renzi ha tentato di uscire con la Strategia italiana per la banda ultralarga approvata nel 2015.

Renzi ha avuto buon gioco a scaricare su chi lo ha preceduto le responsabilità del disastroso ‘digital divide’ e non ha nascosto una certa ostilità nei confronti di Telecom, affidando a Enel il compito di portare la fibra nelle case degli italiani per raggiungere gli obiettivi dell’Agenda europea 2020. La sua strategia, che punta a coprire entro

il 2020 il 100% del territorio con una connessione ad almeno 30 mega e l’85% della popolazione ad almeno 100 mega, si integra con quella di Bruxelles (EU 2020), la quale richiede anche che entro il 2020 il 5G sia disponibile in almeno una città principale di ciascuno Stato membro.

LA DISCESA in campo di Open Fiber, controllata da Enel e Cdp, con all’attivo 3,5 miliardi di finanziamento da un pool di 13 banche, Cdp e Bei, ha dato una forte accelerata al piano di diffusione della fibra: l’obiettivo della società guidata da Elisabetta Ripa è di raggiungere 19,5 milioni di unità immobiliari nelle aree urbane. Nel frattempo sul cammino della fibra si stanno inserendo i tardivi tentativi del governo in carica di scorporare la rete da Telecom, creando un’unica società, che sarebbe inevitabilmente appesantita dagli organici in esubero dall’ex monopolista (si parla di almeno 20mila trasferimenti da

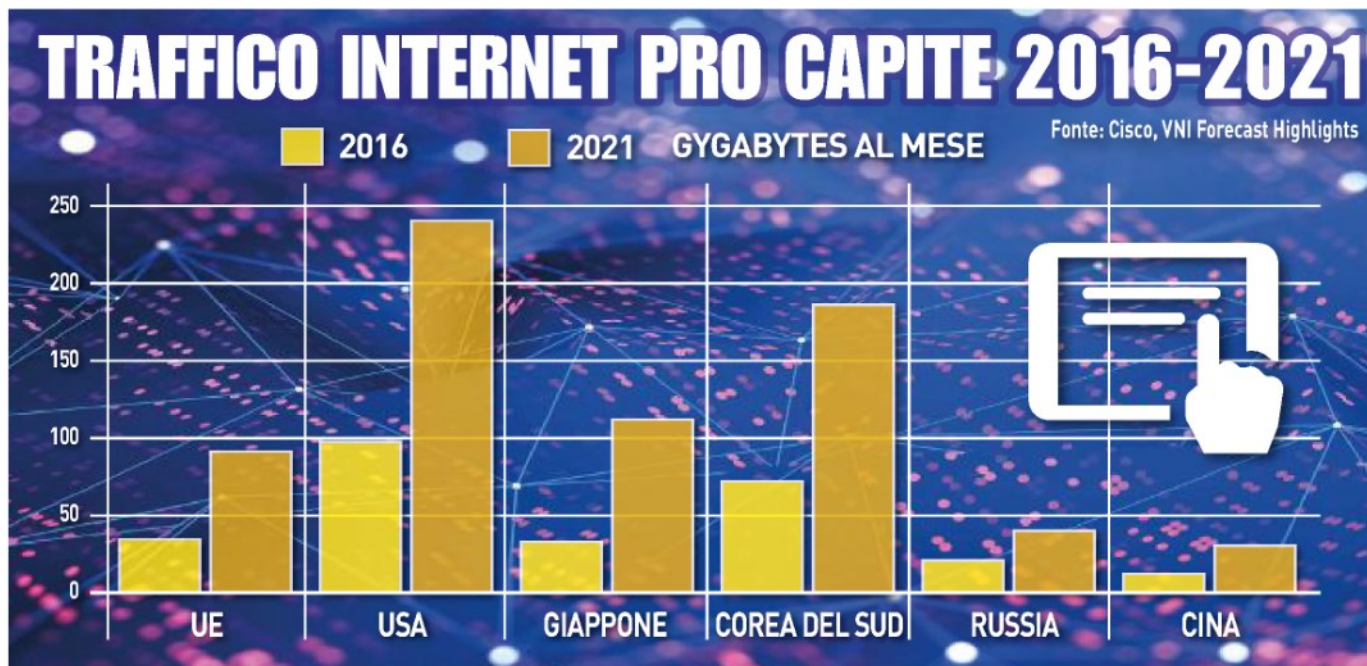
Telecom alla rete unica).

UN’INTERFERENZA che lo stesso capo dell’Enel, Francesco Starace, ha definito con fastidio un «accrocchio societario». Il rischio è di far deragliare anche quest’ultimo treno verso la banda ultralarga.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ADSL E FIBRA OTTICA

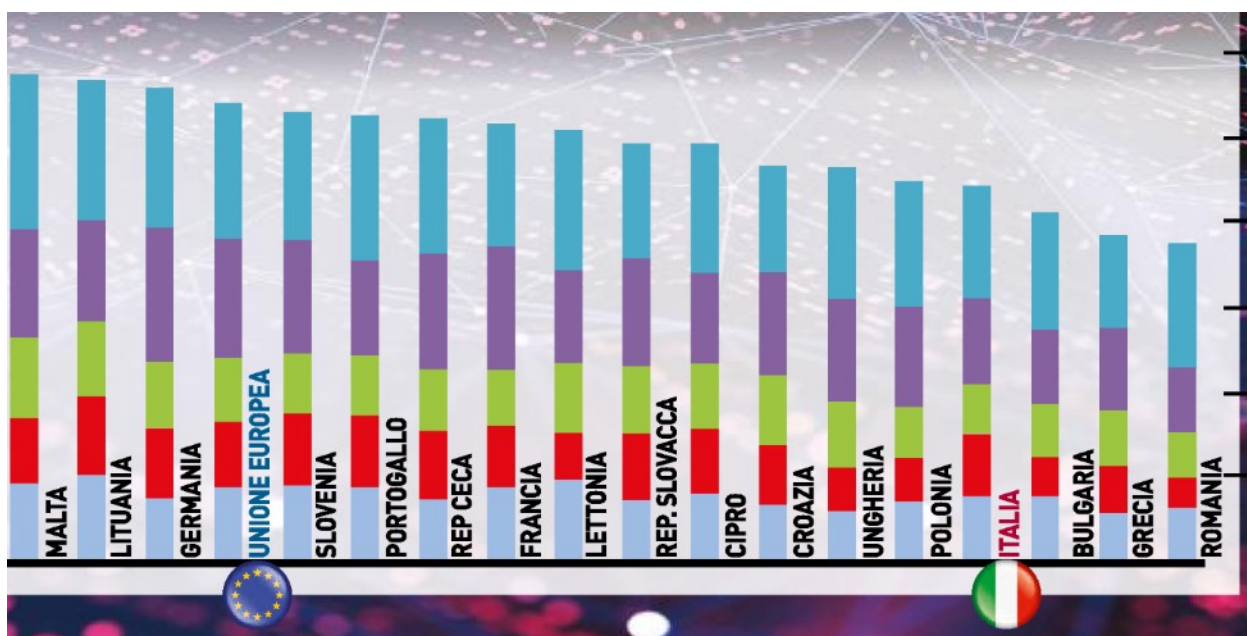
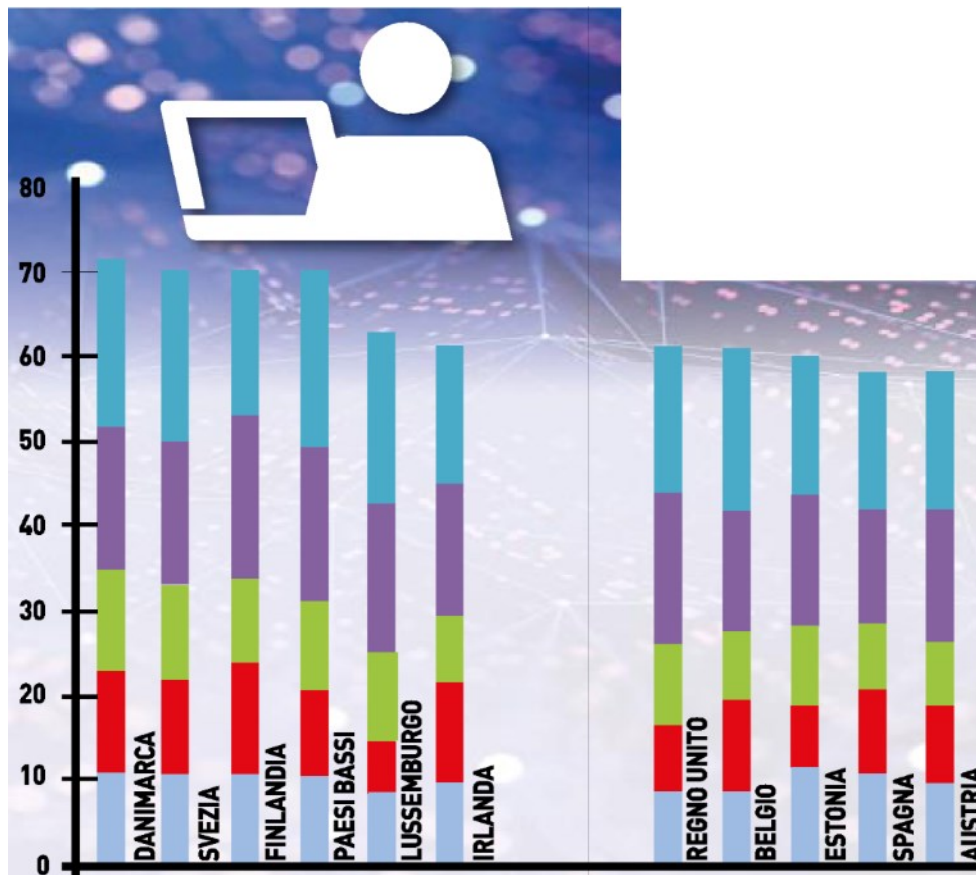
La scelta di utilizzare la tecnologia Adsl con il doppino in rame – più economico della fibra ottica – ha condizionato per vent’anni il modello italiano di sviluppo della banda larga



INDICE ECONOMIA DIGITALE E SOCIETÀ (DES) 2018

fonte: Commissione UE

■ CONNETTIVITÀ
 ■ CAPITALE UMANO
 ■ USO DI INTERNET
 ■ E-COMMERCE
 ■ SERVIZI PUBBLICI DIGITALI



Futuro super connesso

Internet of Things e Smart City sta arrivando il 5G

L'asta per le frequenze 5G, conclusa a inizio ottobre dopo 14 giorni di frenetici rialzi, porterà nelle casse dello Stato 6,55 miliardi di euro nei prossimi quattro anni, molto di più dei 2 miliardi e mezzo attesi dall'esecutivo. Una pioggia di investimenti, messi in cantiere dagli operatori, che si spiega con le nuove frontiere che si apriranno grazie al collegamento di centinaia di milioni di dispositivi in tutto il mondo ad alta velocità e con bassa latenza (l'arco di tempo tra quando si digita un tasto e quello in cui inizia il trasferimento dei dati). Cosa che permetterà la realizzazione di progetti avanzati come le auto connesse, l'Internet of Things (gli oggetti che comunicano tra loro grazie a reti di sensori) e le Smart City (con la possibilità di ottimizzare la mobilità e i servizi pubblici).



Il progetto

5G, ecco lo smart glass il mondo a 360 gradi

STEFANO CARLI, ROMA

I test condotti da Zte all'Aquila in partnership con l'Università: dai sensori su edifici e infrastrutture per gestire le emergenze, terremoti compresi, ai sistemi di visione composita a latenza zero, ossia in tempo reale

Per gli infermieri teleguidati dagli smart glasses, o i visori con vista a 360 gradi per le forze anti-terrorismo non ci vorrà molto: basta che vengano accese le prime reti mobili 5G e ci vorranno ancora un paio di anni. Lo stesso vale per i sistemi di controllo e gestione di infrastrutture, beninteso non quelle i cui sensori si limitano a notificare un evento in tempo reale, che sono disponibili già oggi e vanno solo installati, ma quelli legati a centri operativi che possono fare molte cose in più. Ci vorranno ancora un paio di anni almeno perché il 5G non è solo la banda ultralarga mobile con cui scaricare video più velocemente sullo smartphone: quello che ha iniziato ad esempio ad offrire l'americana Verizon in alcune - poche - aree delle grandi metropoli Usa. «Per capire le potenzialità del 5G bisogna pensare 5G: ossia in termini di applicazioni - spiega Lucio Fedele, chief operating officer di Zte Italia - Se pensiamo solo in termini di una banda più potente, più capiente e più veloce, siamo ancora nel mondo 4G. Questa è un'altra cosa».

Fedele è di ritorno dall'Aquila, dove ha illustrato lo stato dell'arte dei test che il gruppo cinese di reti di tlc sta conducendo in collaborazione con operatori come Wind3, Open Fiber e Poste Mobile, con partner industriali come Enel, Cellnex, Ald Automotive e Poligrafico dello Stato, con gli atenei di L'Aquila, Firenze, Bologna e Genova. E con i Comuni di L'Aquila e Prato nell'ambito delle sperimentazioni indette dal Mise.

Cosa vuol dire allora pensare 5G? «Vuol dire per le telco e per l'industria delle reti, come Zte, non pensare solo in termini di tecnologia e di funzionamento di connessioni, come si è sempre fatto finora. Ma di cercare, individuare colla-

borazioni con altri partner perché il 5G significa fare cose che non si facevano prima, ma il più delle volte significa fare in modo diverso quello che si può fare già oggi. Insomma, il problema non è ricevere le immagini da un drone in volo, ma ricevere immagini da decine di droni contemporaneamente, in tempo reale e ricavarne azioni in microfrazioni di secondo, in pratica istantaneamente».

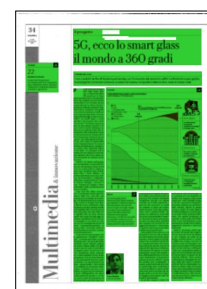
Come nel caso, per esempio, della applicazione cosiddette "statiche". L'esempio più chiaro di questi tempi sono i sensori sulle infrastrutture: ponti, viadotti, gallerie ma anche singoli edifici. La differenza è che un conto è controllare un singolo ponte, ben diverso è invece monitorare intere autostrade, o interi quartieri invece di singoli palazzi. «Non si tratta di mettere una manciata di sensori su qualche pilone o su una facciata di palazzo - spiega Fedele - Qui si parla di un milione di sensori per chilometro». L'obiettivo qui non è controllare un'opera ma un territorio. Si parte dall'algoritmo che rileva comportamenti anomali e si finisce con le azioni di emergenza. Se il sistema rileva, per dire, una scossa di terremoto è in grado di rispondere subito con azioni di messa in sicurezza. Per esempio chiudendo l'erogazione del gas nei palazzi coinvolti, per evitare esplosioni, e gestendo gli ascensori in modo che arrivino al piano più vicino, aprano le porte e solo dopo si blocchino. «Anzi - continua Fedele - l'algoritmo va calibrato in modo tale che lavori il più possibile di anticipo: riconoscere una scossa pericolosa già nei primi attimi potrebbe dare qualche 5-10 secondi di vantaggio nell'attivare le contromisure. Sembra niente ma possono fare la differenza in questi casi».

Altra applicazione statica su cui all'Aquila si lavorerà dal prossimo

anno ha implicazioni meno drammatiche: i sensori applicati all'agricoltura. Non si tratta ancora di trattori a guida autonoma, che arriveranno più in là, ma per ora solo di impianti di irrigazione e trattamenti fitosanitari che grazie ai sensori attiveranno l'acqua solo quando e dove effettivamente serve, e lo stesso per i trattamenti. Con grande risparmio di risorse idriche e anche dei prodotti per i trattamenti. A scalare, queste soluzioni arriveranno anche nelle case a costi bassi e si potrà annaffiare le piante sui balconi senza spreco di acqua che cada giù, anche se in tal caso i risparmi maggiori arriveranno dalle minori liti condominiali.

In un altro campo, la salute. Prima di arrivare alla telechirurgia vera e propria, per cui bisognerà attendere che vengano prima messi a punto dei "robot chirurghi" in grado di fare operazioni teleguidati. Ben prima vedremo, in casi di incidenti stradali, addetti di pronto soccorso muniti di smart glasses, occhiali intelligenti e connessi grazie ai quali il team di pronto intervento, che resterà localizzato in ospedale, vedrà quello che l'infermiere sceso dall'ambulanza starà guardando in quello stesso attimo, suggerendo manovre e interventi immediati.

Infine la sicurezza, anche questa testata all'Aquila. Qui l'oggetto del test sono dei visori da indossare, per esempio da parte di un



gruppo antiterrorismo in azione. La differenza è tutta in ciò che chi li indossa vede: un'immagine complessa nel cui campo visivo entrerà tutto ciò che è attorno, a 360 gradi. Vedrà cioè, senza girarsi o girare la testa, ciò che ha davanti ma anche ciò che ha dietro. E anche ciò che vedrebbe dall'alto. Tutto avviene combinando le immagini che arrivano dagli altri visori in azione e dai droni. Decine di immagini combinate in tempo reale in un'esperienza visiva impossibile al naturale. Siamo già molto oltre la semplice realtà immersiva. Chi lo ha provato racconta che fa venire un po' di mal di testa. All'inizio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Inumeri

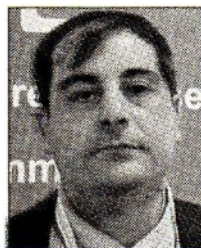
22

MILIARDI DI DOLLARI

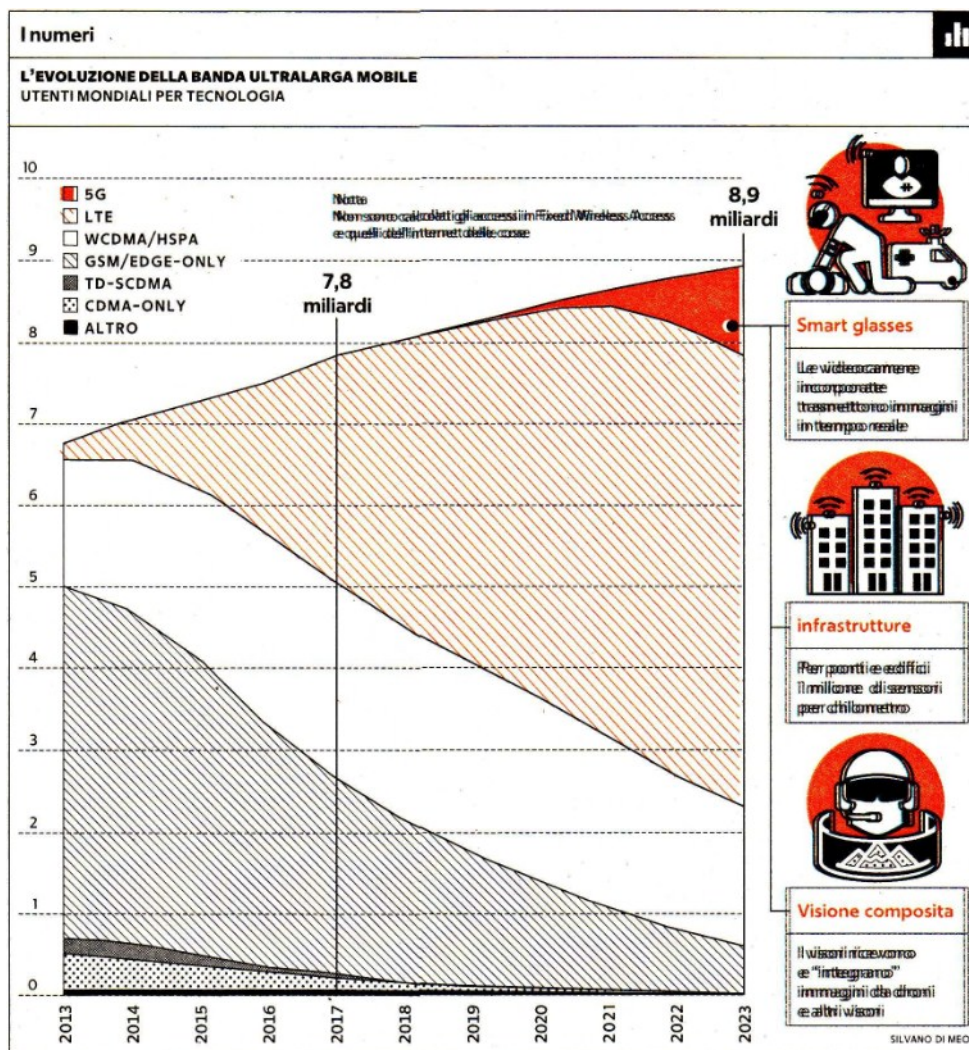
Investimenti di Samsung in tecnologie quali l'IA, le componenti auto, il biopharma. Entro il 2020 poi l'assistente virtuale Bixby diventerà standard in ogni device

Focus

Le nuove applicazioni arriveranno per gradi. In sanità, per esempio, la telechirurgia è di là da venire perché mancano ancora i robot chirurgici, ma già in un paio di anni vedremo il personale delle ambulanze indossare smart glasses attraverso cui infermieri e medici in ospedale vedranno ciò che loro stanno guardando in tempo reale e potranno dare istruzioni



Lucio Fedele, coo di Zte Italia



Tecnologie IoT in vetrina L'innovazione trova casa a Illuminotronica 2018

La fiera internazionale di riferimento per le nuove tecnologie IoT (Internet of thing) sbarca a Bologna dal 29 novembre all'1 dicembre

Paola Benedetta Manca
■ BOLOGNA

IN UN mondo in continua evoluzione, caratterizzato dalla Digital Transformation, c'è sempre più bisogno di spazi destinati a ricerca, innovazione, sperimentazione per la creatività, scambio tra professionisti, imprese e startup. In Emilia-Romagna, in particolare a Bologna, l'innovazione è di casa. Lo testimoniano i progetti selezionati da Assodel (Associazione distretti elettronica Italia) per Illuminotronica 2018. La fiera internazionale di riferimento per il mercato delle nuove tecnologie IoT (Internet of thing), applicata ai settori smart home, smart building e smart city, arriva per la prima volta a Bologna il 29-30 novembre e l'1 dicembre.

LO IOT è una delle tendenze tecnologiche più importanti del momento. Gli oggetti definiti 'smart' possono essere controllati e monitorati anche a distanza o tramite sistemi a comando vocale. Grazie a sensori e tag, inoltre, essi possono relazionarsi tra loro, adattandosi all'ambiente in cui si trovano. Attraverso convegni, seminari, aree demo ed esercitazioni pratiche, la fiera Illuminotronica si propone di mostrare l'impatto positivo delle nuove tecnologie sulla vita, che si parli di corretta illuminazione, benessere delle persone risparmio energetico. A Illuminotronica si farà, poi, il punto sugli spazi 4.0, valutando quanto siano a misura d'uomo e business.

«**ILLUMINOTRONICA** – spiega il direttore generale della fiera, Ele-

na Baronchelli – mette in sinergia i professionisti della filiera e riunisce attorno a uno stesso tavolo integratori, progettisti, installatori, produttori di software e hardware. L'obiettivo è costruire un nuovo modello di business per lo smart building, la leva e propulsore di un nuovo mercato. La manifestazione vuole offrire, in concreto, un'opportunità di lavoro alle aziende e ai professionisti della filiera». Sarà possibile anche esplorare i diversi scenari della casa del futuro, una casa connessa grazie ai progressi fatti dalla domotica e dalle tecnologie IoT. Anche le città stanno diventando sempre più connesse e i progetti in ottica Smart City sono all'ordine del giorno delle amministrazioni. Su quest'ultimo tema, in fiera, ci saranno convegni di approfondimento, presentazioni di casi di successo e il premio Award Ecohit-tech: il riconoscimento alle Smart City italiane più virtuose per eco-compatibilità e risparmio energetico che, quest'anno, vedrà un'assegnazione speciale ad alcuni Comuni del territorio emiliano.

PER ESEMPIO Modena, con il 'Modena Automotive Smart Area' (MASA), rappresenta un modello di eccellenza italiana. Un laboratorio dove studiare e testare i sistemi di assistenza alla guida e alle auto connesse, nel cuore della Motor Valley. A Illuminotronica ci saranno anche installazioni e aree demo, per vedere come le nuove tecnologie vengono applicate. Non mancherà infine un'area startup, con le giovani realtà del territorio dell'Emilia-Romagna (e non solo) più innovative: qui si potranno scoprire 'Jarvis by Ioota', un maggiordomo virtuale, 'A-System', un interruttore invisibile e poi 'Hooro', un sistema pensato per raccogliere i dati sulle preferenze di acquisto in negozio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





GLI OGGETTI 'SMART' SI PARLANO

**Elena
Baronchelli,
direttore
generale di
Illuminotroni-
ca**

DA PISA A DONALD TRUMP WI-FI MADE IN ITALY

Negozi, stazioni, musei o banche. E la piattaforma della startup italo-americana è stata scelta anche dal presidente Usa

Cloud4Wi sfrutta l'intelligenza artificiale «in loco» e i sensori ambientali per spingere le vendite online

di **Massimo Gaggi**

Scongiurare l'«apocalisse dei negozi», la chiusura in massa di esercizi commerciali soppiantati dall'e-commerce, ricorrendo a una tecnologia fatta di connessioni wi-fi, intelligenza artificiale e cloud computing che consente alle imprese di conoscere meglio chi entra negli store, di capirne gusti e desideri. Tecnologie da utilizzare anche per screening ad ampio raggio sui frequentatori di strutture affollate: stazioni ferroviarie, stadi, musei, centri commerciali, banche o anche grandi edifici adibiti a uffici, dove è necessario controllare e governare i flussi. Non solo a fini commerciali, ma anche per organizzare meglio il lavoro o per motivi di sicurezza.

Ancora relativamente giovani, le strategie di *location analytics* e *location-based marketing*, stanno diventando un business sempre più grosso. In cui la Cloud4Wi, azienda con sede a San Francisco e cuore e testa italiani, sta giocando un ruolo di primo piano. La testa è quella del fondatore e amministratore delegato Andrea Calcagno, del cofondatore e capo delle tecnologie Davide Quadrini e anche di Mauro Aprile Zanetti, entrato da pochi mesi nel team come «evangelizzatore digitale»: con l'incarico, cioè, di umanizzare la tecnologia, rendendone le nuove frontiere più comprensibili ai potenziali clienti e all'opinione pubblica.

Questione di Dna

Cresciuti nell'università di Pisa, Calcagno e Quadrini crearono già 15 anni fa un primo spin-off tecnologico, la WiTech. Dalla quale, nel 2014, è nata Cloud4Wi. Cresciuta rapidamente, finanziata da fondi d'investimento americani, italiani e israeliani, la società ha trasferito il suo quartier generale a San Francisco, al centro del mercato dell'economia digitale, ma il cuore — appunto — è rimasto a Pisa: oltre metà degli 80 dipendenti, soprattutto ingegneri e computer scientist responsabili della ricerca e sviluppo e della produzione di software sono in Toscana.

Il Dna italiano ha sicuramente aiutato Cloud4Wi ad attirare l'attenzione dei grandi gruppi della moda e del lusso: i primi a vedere i vantaggi di una reinvenzione delle loro boutique in chiave digitale.

Il successo ottenuto con Prada, Armani e Valentino, ha consentito a questa «dual company» italo-americana della tecnologia di acquisire clienti come Lacoste in Francia, ma anche gruppi di altri settori, dalla ristorazione ai supermercati: Burger King, Mc Donald's, Carrefour e altri.

Ma come funziona? Il cliente che entra nel negozio e si collega alla rete wi-fi per usufruire dei servizi offerti viene seguito da un'intelligenza artificiale che ne analizza movimenti e comportamenti, cercando di capire le sue esigenze e i suoi gusti anche con modelli predittivi. Tecniche che spesso consentono alle aziende che utilizzano questi servizi di far crescere le loro vendite sul web: una sorta di ponte tra online e offline (o *brick to click*, dal mattone alla rete, per usare il lessico Usa) che consente di recuperare il valore del negozio fisico. E che irrobustisce canali di e-commerce alternativi a quelli — da Amazon ad Alibaba — che oggi concentrano nelle loro mani il grosso delle vendite online del Pianeta.

Ma ormai l'attività di Cloud4Wi, che società di società di consulenza come Gartner e Forrester pongono in cima alla hit parade delle imprese del setto-

re, va, come detto, molto oltre il retail.

Il gruppo guidato da Andrea Calcagno, che ha connesso cento milioni di smartphone in 30 mila location nel mondo, producendo 75 miliardi di dati al mese, sta allargando i suoi orizzonti: ristorazione, banche (in Russia, Sud Africa e con le prime sperimentazioni anche negli Usa con Bank of America), ma anche la supervisione degli uffici Microsoft in Italia e le stazioni di Ferrovie dello Stato, che hanno bisogno di controllare i flussi di persone, gestendo i picchi di affollamento. Ora la società comincia a lavorare coi musei americani.

Ma il carnet di clienti di Cloud4Wi si è arricchito anche di un nome assai famoso: Donald Trump. Alle spalle del presidente c'è sempre una grossa struttura aziendale, la Trump Organization, che ha affidato alla società italo-californiana la produzione di *location services* per le sue strutture di *hospitality*, a partire dalle aree pubbliche della Trump Tower.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Idee Andrea Calcagno ha co-fondato ed è ceo di Cloud4Wi



Nel display si vede lo sviluppo

Gli apparecchi di misurazione digitale hanno trainato le vendite del polo romano dell'information technology
E ad Ostia nascerà il primo Politecnico del mare, con un investimento da 8 milioni

di **Barbara Millucci**

Le nostre vite sono sempre più scandite dal tempo digitale. Timer, autovelox, tachimetri, cronometri, fino ai più recenti display di sensori che, visualizzando un numeretto, permettono di calibrare il giusto funzionamento e il controllo delle prestazioni di apparecchi elettrici, come la temperatura del forno o il tempo di noleggio di un'auto elettrica. Insomma, nell'era 4.0, tutto ruota attorno al ticchettio e al battito del tempo. Secondo il Monitor dei poli tecnologici del Lazio realizzato dalla Direzione studi e ricerche di Intesa Sanpaolo, a trainare le vendite della tecnologia prodotta nel polo Ict romano è proprio il comparto degli apparecchi di misurazione che rappresenta, per valori esportati, il più rilevante di tutto l'hub (118 milioni nel secondo trimestre 2018, il 63% del totale).

La stagione

Da maggio a giugno scorso, proprio grazie al traino delle vendite sui mercati maturi e alla ritrovata crescita sui mercati emergenti, le esportazioni dei poli tecnologici laziali (Ict, farmaceutico e aeronautico) hanno subito un'accelerata, registrando una crescita di quasi il 6% ed evidenziando un maggior dinamismo rispetto alla media nazionale (+1%). Nello specifico, è

proprio l'export del settore Ict, dopo due trimestri negativi, che torna a crescere (+4%), sostenuto dai buoni risultati ottenuti negli Stati Uniti (primo sbocco commerciale, +26%), Francia (+20%) e Paesi Bassi (+23%). «Nell'accelerata della Regione Lazio ha sicuramente contribuito il pacchetto Industria 4.0, che ha catalizzato sia investimenti privati che pubblici e dato la possibilità alle risorse del territorio di tornare a credere e investire in tecnologie innovative, che sono a loro volta abilitanti per lo sviluppo di altri settori — spiega Andrea Prencipe, rettore della Luiss —. Tutti gli strumenti di misurazione del tempo e dello spazio, come i sensori, sono fondamentali per l'economia digitale. Pensiamo alle applicazioni nella domotica, che permettono alle imprese di acquisire dati, misurarli e creare grandi database (big data) con cui possono affinare le proprie offerte sul mercato. Per questo abbiamo deciso di offrire ai nostri studenti, di tutti i corsi di laurea, percorsi di coding e statistica avanzata dei dati».

Sempre in Lazio, nell'ambito dell'innovazione digitale, sono in procinto di partire numerosi progetti high-tech di ricerca avanzata. Oltre al primo centro per l'innovazione digitale all'interno del Tecnopolo tiburtino, c'è grande attesa per il superlaboratorio di ricerca scientifica e tecnologica Dtt che nascerà a Frascati, alle porte di Roma. Il pro-

getto si realizzerà grazie ad un contributo della Regione di 25 milioni, a cui si aggiungono altri 500 di investimenti, sia pubblici che privati, che prevedono l'impiego di oltre 1.600 persone.

Altro luogo che si tenta di rilanciare è la costa laziale. Ad Ostia, negli spazi dell'ex Enalc Hotel, luogo della Dolce Vita rimasto chiuso per oltre 40 anni, nascerà il primo Politecnico del Mare. Con un investimento di 8 milioni e la collaborazione di Cnr, Asi (Agenzia spaziale italiana) e l'Insean (Istituto nazionale per studi ed esperienze di architettura navale), verrà realizzato il primo campus universitario d'Italia dove gli ingegneri testeranno delle tecnologie per lo sfruttamento delle risorse marine in campo energetico. «Siamo la Regione con il più alto numero di addetti alla R&D in rapporto alla popolazione», afferma l'Assessore allo Sviluppo economico della Regione Lazio Gian Paolo Manzella. «Un risultato legato alla presenza della più vasta rete di università ed enti di ricerca del Paese ed alla maggiore incidenza della spesa pubblica in ricerca e sviluppo rispetto al Pil e allo stesso tempo un risultato ottenuto grazie alla recente espansione di settori più innovativi. La sfida che abbiamo davanti, a questo punto, è far parlare questo mondo della ricerca con quello della produzione». Con la giusta tempistica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Innovazione

DOPO LE TRIMESTRALI

PERICOLO CADUTA PERCHÉ APPLE & CO. ADESSO FANNO PAURA

Azioni in calo, anche di oltre il 20% per i big del tech

da Facebook a Netflix, Mela inclusa. Gli investitori

le stanno mollando? O è colpa del rallentamento globale?

di **Maria Teresa Cometto**

Lo scorso agosto Apple era diventata la prima società da un trilione, ovvero mille miliardi, di dollari di valore in Borsa. Ma negli ultimi giorni è scesa da quella quota vertiginosa e, insieme alle altre grandi aziende tech americane, ha portato giù tutta Wall Street.

Le quotazioni del produttore dell'iPhone e degli altri big tech (Facebook, Amazon, Netflix, Alphabet, la holding che controlla Google), che gli analisti hanno accomunato nella sigla Faang (*fang*, in inglese significa zanna) sono entrate tutte in zona Orso, cioè diminuite anche del 20% e oltre, rispetto ai recenti massimi. Gli investitori si chiedono quanto in basso potranno continuare a scendere e se trascineranno nelle grinfie dell'Orso anche tutto il resto del mercato.

Il crollo è motivato, secondo parecchi analisti tra cui anche Michael Matousek, trader di U.S. global investors, dal ritorno dell'attenzione sui valori fondamentali delle aziende quotate. Una correzione al ribasso sarebbe quindi salutare, rispetto

agli estremi degli scorso mesi. Come nel caso del prezzo delle azioni Amazon, arrivato a 160 volte gli utili quando a settembre la società di Jeff Bezos era ai massimi: da allora le sue quotazioni sono crollate del 27%.

Il consenso del gregge

Un altro fattore che ha influenzato la caduta delle azioni Faang — secondo l'ultimo sondaggio fra i gestori condotto da Bank of America Merrill Lynch — è l'improvviso cambio di umore del «consenso» fra gli investitori: fino a un mese fa la grande maggioranza scommetteva sulla continua crescita delle azioni «con le zanne», ma ora considerano questa strategia come «troppo affollata» e sembrano volerne uscire in massa. «Lo «spirito di gregge» controlla le Faang, su cui negli ultimi anni sono affluite valanghe di soldi — osserva Kevin Landis, chief investment officer di Firsthand capital management —. Ma il gregge può sempre cambiare direzione».

A incoraggiare questa fuga, poi, vengono le cattive notizie dall'economia globale, in rallentamento: il trimestre negativo di Germania e Giappone e il raffreddamento della crescita in Cina, per esempio: tutti segnali negativi per le azioni tecnologiche Usa, che esportano la maggioranza del loro fatturato. Senza dimenticare i timori per il rialzo dei tassi di interesse preannunciato dalla Fed, la banca centrale americana, che fa aumentare il rendimento delle obbligazioni rendendole più attra-

enti per gli investitori in cerca di sicurezza.

«Le quotazioni delle azioni dei Faang, nel breve periodo, possono scendere ancora parecchio — dice David Giroux, capo delle strategie di investimento di T.RowePrice —. Ma se si guarda al prossimi cinque-dieci anni, si vede che fra loro ce ne sono almeno due ancora con buone prospettive di crescita. Una è Amazon: grazie alla crescita dei profitti prevista in particolare per i servizi nella nuvola Aws (Amazon web services) il suo rapporto prezzo/utili sarà molto conveniente nel 2023, meno caro di quello di Walmart. L'altra è Alphabet: il business delle sue automobili autonome Waymo ha un'enorme potenzialità, oggi non sfruttate al meglio dal mercato. Invece non è chiaro il futuro di Apple, non solo perché la crescita a Cupertino è più lenta, ma anche perché è possibile che l'iPhone diventi meno importante nelle nostre vite, come conseguenza di altre innovazioni».

Le strategie

Amazon ha appena siglato un accordo con Apple grazie al quale per la prima volta può vendere l'iPhone sulla sua piattaforma



ma: una mossa che potrebbe spingere le vendite dello smartphone targato Mela, non così brillanti negli ultimi mesi, e contribuire a un record di affari per Jeff Bezos nella già ricca stagione natalizia.

Varie incognite pesano però sui profitti di Amazon: l'impatto dell'aumento del salario minimo a 15 dollari l'ora; l'agguerrita concorrenza da parte del gigante dei supermercati Walmart; o la nuova sfida nei servizi cloud da parte di Ibm, dopo l'acquisto di Red Hat.

Le azioni Apple sono le meno care fra le Faang, a 14,5 volte gli utili di quest'anno e 17 volte quelli previsti per il 2019. Agli analisti e investitori non è piaciuta la decisione di non fornire più i numeri sulle vendite degli iPhone nei bilanci trimestrali, interpretata come un segno di debolezza.

Secondo Jim Cramer, conduttore della trasmissione *Mad Money* per la tv finanziaria Cnbc, in questo modo passano invece in secondo piano le buone notizie sul boom dei profitti generati dai servizi Apple.

Facebook è oggi il titolo più depresso a Wall Street, crollato di un terzo rispetto ai massimi di luglio. Il che si riflette anche sul morale dei dipendenti, pagati in gran

parte con stock option: secondo un sondaggio interno, solo la metà si dichiara ot-

timista sul futuro del social network di Mark Zuckerberg; erano l'82% un anno fa. Il modello di business vacilla di fronte al problema di aumentare le entrate pubblicitarie rispettando la privacy degli utenti e alle nuove regole imposte dalle autorità europee, minacciate anche da quelle americane. E c'è chi invoca un cambio alla guida, visto che la responsabile operativa Sheryl Sandberg non si è mostrata all'altezza del ruolo.

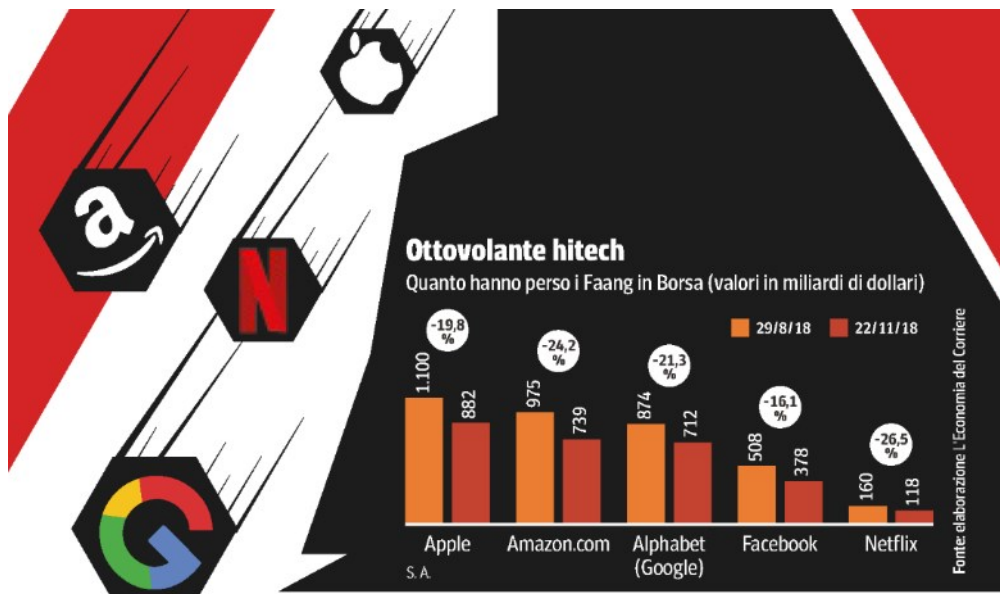
Anche le quotazioni di Netflix si sono ridimensionate di circa un terzo dai massimi di giugno, ma sono ancora in rialzo di oltre il 30% da inizio 2018 e hanno quindi molto spazio per una correzione. Sui profitti pesano gli ingenti investimenti nella produzione di contenuti originali e la concorrenza di Disney che, acquistata 21st Century Fox, l'anno prossimo lancerà un servizio di streaming.

Alphabet-Google ha finora tenuto meglio, ma il suo (quasi) monopolio sulla pubblicità digitale è minacciato dall'incuriosione in questo campo da parte di Amazon e anche di Apple. La crescita dei profitti nel 2019 dovrebbe scendere dal 19 al 6%, secondo le stime dell'agenzia *Bloomberg*.

Resta un'ultima considerazione: valutazioni più realistiche delle Faang favoriranno il ritorno di interesse degli investitori per altri settori di Wall Street, non solo «di moda» ma più solidi? Oppure sono il campanello d'allarme per la fine del Toro, la fase di rialzo, ormai vecchia di quasi dieci anni?

 @mtcometto

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Apple
Il ceo Tim Cook



Netflix
Il ceo Reed Hastings

IL PUNTO**NON SOLO APPLE
E MICROSOFT:
LO SPAZIO
PER L'ITALIA C'È**di **Daniele Manca**

Nel pieno di una battaglia inutile tra Italia ed Europa su una manovra probabilmente altrettanto inutile per rilanciare la crescita, può apparire strano occuparsi di tecnologia e imprese. È quello che dovrebbe fare il governo invece di difendere una legge di Bilancio che può sì aiutare qualche italiano ad andare in pensione prima, e qualcun altro a non preoccuparsi eccessivamente se non ha un'occupazione, ma che di sicuro non agevola né la crescita né l'attività di chi crea sviluppo, vale a dire le imprese. È un dibattito che sembra riportare il Paese indietro ai tempi della crisi del debito sovrano, con spread a quote insostenibili e isolamento tra i nostri partner in Europa. Bruxelles viene vista come ostacolo invece che come fonte di opportunità. Si pensi appunto al digitale. E a quello che viene considerato dai nemici dell'Europa uno dei punti della sua debolezza: l'eccesso di regole. Vero, ma solo superficialmente. Le regole sono quelle che garantiscono

competizione e concorrenza leale. Ed è innegabile che l'Europa abbia una marcia in più proprio sul fronte del digitale. Emblematico il fatto che sulla privacy e sulle garanzie necessarie da fornire ai consumatori che quotidianamente regalano i propri dati alle piattaforme di distribuzione, l'Europa sia diventata un benchmark. Dopo i primi mal di pancia, a riconoscerlo sono stati prima Apple e poi Microsoft. E persino Facebook ha fatto trapelare di guardare al modello del *General data protection regulation* (Gdpr) come possibile punto di riferimento. Se poi si pensa che, come notato da John Thornhill sul *Financial Times* dello scorso 20 novembre, i settori più interessanti per il tech sono quelli pesantemente normati come la salute, la scuola, i trasporti, diventa chiaro come in Europa ci siano larghi spazi per Paesi e imprese che vogliono entrare massicciamente sui mercati dove dati e regole sono snodi decisivi. Ma bisognerebbe avere una politica industriale e un progetto paese. Che al momento non si vede.

 @daniele_manca

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tecnologia
E oggi arriva
il Cyber Monday
caccia ai saldi
sui prodotti hi-tech
 Caprodossi a pag. 20

Durante il Cyber Monday che segue il Black Friday si possono trovare sconti fino al 60 per cento Smartphone, tv e console le categorie più gettonate. Dominano Nintendo Switch e Apple AirPods

Oggi tocca ai saldi hi-tech si apre la caccia al regalo

IN CASO DI PRODOTTI ACQUISTATI SU EBAY O SU AMAZON CONTATTARE SEMPRE IL VENDITORE E LEGGERE LE OPINIONI DEGLI ALTRI

IL MERCATO

La terminologia è inglese ma la corsa all'acquisto è globale perché, insieme al periodo natalizio e alla stagione dei saldi, la terza settimana di novembre che mette in fila Black Friday e Cyber Monday è la più attesa dai consumatori. La tradizione importata dagli Stati Uniti, che all'indomani del Giorno del ringraziamento apre la stagione dei regali, è ormai una consuetudine sia per i consumatori a caccia dell'affare che per i commercianti. Nel lungo fine settimana in questione, secondo l'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm del Politecnico di Milano il volume di spesa degli italiani supererà per la prima volta il miliardo di euro, con un incremento del 35% rispetto all'anno scorso. Un dato che deriva dalla crescita degli acquirenti online (+8%) ma che non è immune da brutte sorprese.

I PERICOLI

Il primo passo per procedere con gli acquisti è farli in sicurezza, ciò significa che con l'impennarsi delle minacce digitali si devono prendere specifiche contromisure. Mantenere aggiornate

applicazioni e dispositivi per lo shopping in rete è la base di partenza, come pure usare il buon senso ed evitare di aprire link o allegati sospetti che arrivano via email, specie se inviati da mittenti sconosciuti o da indirizzi di posta elettronica simili ai contatti più gettonati, sinonimo di trappole. Affidarsi a un antivirus, su computer come su tablet e smartphone, è una soluzione efficace ma la cautela è comunque necessaria quando si cade in promozioni troppo convenienti per essere vere. Nel 99% dei casi sono fasulle poiché, anche se appaiono su siti noti anche ai nonni, è assai probabile che nei panni dei venditori ufficiali si celino pirati informatici pronti a fare cassa con prodotti che mai spediranno. Altro fattore rilevante è l'utilizzo di reti Wi-Fi pubbliche, da evitare in caso si voglia procedere all'acquisto online. Se avete fiutato il colpo su piattaforme come eBay e Amazon verificare sempre la provenienza e la data di consegna, contattare il venditore, leggere le opinioni degli acquirenti che hanno già ricevuto e testato il prodotto.

LE CATEGORIE

Tenendo a mente questi suggerimenti il mondo online offre ogni giorno una buona dose di affari, anche se poche sono le occasioni allettanti come il Cyber Monday, con riduzioni fino al 60% e una spesa media a persona, però, più cara rispetto al Black Friday perché, come indica un'analisi del portale per la guida agli acquisti Qualescegliere.it, è più alto il co-

sto medio degli articoli. Smartphone, tv, console e auricolari sono le categorie più ricercate secondo uno studio del comparatore di prezzi Pagomeno.it, che quanto a prodotti evidenzia il dominio di Nintendo Switch, Apple AirPods, PlayStation 4 Pro 1TB e dell'assistente vocale Google Home Mini, seguiti dagli smartphone iPhone XR da 64 GB, Xiaomi Redmi Note 5 e Samsung Galaxy A8.

COSA CERCARE

Oltre all'altoparlante Echo Dot che integra Alexa a 34,99 euro (-42%), su Amazon.it c'è l'accoppiata Huawei col laptop Matebook D da 14 pollici e 8 GB di RAM a 695 euro (-104 euro rispetto al prezzo base) e il tablet Mediapad M5 Lite con schermo da 10 pollici a 232 euro (-23%). I videogiochi troveranno il mouse Logitech G402 a 26 euro (-37%), mentre ancora meglio fa l'altoparlante Bluetooth Ultimate Ears Boom 2, in vendita a 99 euro (-53%). Per gli amanti degli smartphone cinesi su Unieuro c'è il Pocophone F1 a 299 euro (-80 euro), oppure gli Asus Zenfone 5 (299 euro) e 5Z (399 euro)



scontati di 100 euro. Microsoft offre quasi a metà prezzo il Surface Pro (549 euro) e Canon mette in copertina la Eos M5 con obiettivo 18-150 mm a 849 euro (-250 euro). Due le occasioni in vetrina su eBay: la Xbox One ITB con Forza Horizon 4 e Call of Duty Black Ops 4 a 219,99 euro e il MacBook Air da 13,3", 8 GB di RAM e SSD da 512 GB a 749 euro (-380 euro), che insieme al tv LG Smart Oled55B8 è pure il pezzo forte della proposta odierna di Monclick.

Alessio Caprodossi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IMPORTAZIONE
La tradizione del Cyber Monday viene dagli Usa, dove segue il Thanksgiving

SUPERSTAR
Nintendo Switch, la console da casa che diventa portatile, è uno dei prodotti più ricercati dagli italiani

Pagamenti digitali La carica delle Poste

Con PostePay si mette a fattor comune un potenziale fatto di 26 milioni di carte e 19 milioni di app. I piani futuri

Con una sola applicazione si possono gestire il telefono e il borsellino elettronico

di **Pieremilio Gadda**

I pagamenti digitali sono forse il binario più veloce su cui corre l'innovazione nel mondo dei servizi finanziari. Secondo l'ultimo Osservatorio mobile payment & commerce del Politecnico di Milano, le transazioni via mobile, contactless, e il mondo e-commerce hanno superato i 46 miliardi di euro nel 2017, in aumento del 50%. Per essere competitivi in questa arena, dove si confrontano banche e operatori telefonici, colossi globali della tecnologia e piccole startup fintech, occorre investire, accelerare il passo, fare sistema.

Da questa consapevolezza prende forma PostePay spa, la nuova creatura nata dalla fusione di Poste Mobile, l'operatore telefonico del gruppo Poste Italiane, con l'infrastruttura dei pagamenti già attiva all'interno di BancoPosta, la divisione specializzata in servizi bancari e finanziari. La strategia è chiara, mettere a fattor comune tutte le risorse di cui dispone Poste nelle aree dei pagamenti e del mobile: 26 milioni di carte di pagamento con marchio Poste Italiane, 2,7 milioni di wallet (borsellini digitali), in crescita di oltre il 66% rispetto ai primi 9 mesi del 2017, e oltre 19 milioni di App Po-

stePay scaricate per smartphone e tablet. Obiettivo, valorizzare la convergenza tra i canali fisici, si parla di una rete di oltre 12.800 uffici postali, e digitali. Su questo fronte, PostePay si sta preparando ad entrare anche nell'area dell'acquiring, cioè nella rete dei Pos (i dispositivi elettronici a disposizione dei negozianti), con un occhio sempre rivolto però al mondo dell'e-commerce.

Risultati

Intanto, il primo frutto della fusione è PostePay connect, una soluzione digitale che coniuga le caratteristiche della carta PostePay Evolution e quelle della Sim PosteMobile, permettendo di gestire con la sola app PostePay i servizi di telefonia e di pagamento. La nuova funzione, in particolare, consente di trasferire in modo gratuito e istantaneo giga di traffico disponibile tra due sim PosteMobile Connect: in pratica, se si è esaurito il budget di traffico dati, si potrà fare un «pit stop» per continuare a navigare su Internet. Sarà possibile anche trasferire denaro tra due PostePay e acquistare giga extra direttamente dalla app, addebitando automaticamente il costo sulla carta di pagamento. A breve, Poste annuncerà anche il lancio del servizio di pagamenti via mobile tramite Google Pay. Poi sarà la volta del p2b, ovvero la possibilità di fare shopping in modalità peer-to-peer, dal proprio smartphone al dispositivo dell' esercente, come già avviene per i trasferimenti di pic-

cole somme tra privati via mobile.

In prospettiva, poi, si aprono nuovi orizzonti sul fronte regolamentare, grazie alla direttiva Psd2. La normativa stabilisce a partire dal settembre del 2019 l'obbligo a carico delle banche di consentire a società terze, autorizzate dai clienti, di acquisire i loro dati e di operare sui loro conti. Si pensi alla possibilità di agganciare al conto una carta diversa da quella proposta dalla propria banca, oppure ai servizi di gestione e rendicontazione relativi alla finanza personale, proposti da operatori del fintech, che potranno aggregare i dati di uno o più conti del cliente, previa autorizzazione dello stesso. In questo scenario, PostePay spa si propone come intermediario specializzato — al suo debutto già si presenta al mercato come il maggiore istituto di moneta elettronica italiano (Imel) — ed è pronta a giocare le sue carte. Nel frattempo, nei primi nove mesi dell'anno il gruppo Poste Italiane ha consolidato ulteriormente la crescita nel settore pagamenti, mobile e digitale: da gennaio a settembre il giro d'affari ha raggiunto quota 470 milioni di euro (+11,4%), con un utile netto di 117 milioni di euro, in crescita del 9,3% sullo stesso periodo dello scorso anno. Una performance resa possibile, spiega la società, soprattutto grazie a un aumento del 25% dei ricavi prodotti nel terzo trimestre da pagamenti con carte e al forte aumento delle carte PostePay (19 milioni) con una crescita del 9,2% rispetto a gennaio-settembre del 2017.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In crescita L'andamento dei pagamenti cashless

Nuovi pagamenti digitali	Valore transato in miliardi (2017)	Crescita annua
Ecommerce e pagamenti online	20,3	10%
Pagamenti contactless	18	150%
Pagamenti via mobile (mobile commerce e pagamenti con lo smartphone)	6,7	60%
Mobile pos	0,9	9%
Totale	46	50%
Pagamenti via mobile (mobile commerce e pagamenti con lo smartphone)		Crescita annua
Pagamenti a distanza (es: ticket, sosta auto)	0,8	35%
Mobile commerce	5,8	65%

Fonte: Osservatorio mobile payment & commerce del Politecnico di Milano L'Ego

L'annuncio

Bancomat, la svolta dell'e-payment

STEFANO CARLI, ROMA

Appena diventata "spa" investe 40 milioni per entrare nei pagamenti online con una sua app e azzerare le commissioni sotto i 15 euro

Abbiamo l'ambizione di realizzare un passo decisivo per la digitalizzazione degli italiani, per far crescere l'attitudine all'utilizzo dei pagamenti elettronici, che ci vede, con il nostro 80% di uso del contante, ancora ben lontani dalla media europea, dove il denaro elettronico è usato una volta su due nei pagamenti. È per questo che Bancomat nello scorso maggio, è diventata una spa e ha varato un piano industriale per il triennio 2018-2020 su cui ha puntato 40 milioni di investimenti». Alessandro Zollo da maggio è diventato il primo ad della nuova Bancomat Spa e ha il compito di pilotare la maggiore realtà italiana nelle carte di debito nel mercato dell'e-payment. «Abbiamo una quota di mercato dell'80% nelle carte di debito - spiega Zollo -. Nell'insieme dei pagamenti elettronici, comprese quindi anche le carte di credito, una transazione su tre è fatta con un PagoBancomat. Ma finora la nostra offerta si è limitata ai soli paga-

menti elettronici che avvengono in un negozio fornito di Pos in cui inserire la nostra tessera di plastica. Ora passiamo ai pagamenti virtualizzati: sia via pc o smartphone, per l'e-commerce, oppure smaterializzando i Pos con una app».

Bancomat è una grossa parte del mercato italiano. Nato a metà anni Novanta e gestito da un consorzio di banche, a fine 2017 ha numeri di tutto rispetto: 2,4 miliardi di operazioni tra prelievi e pagamenti; 233 miliardi di euro di transato di cui 791 milioni di prelievi per un valore di 145 miliardi di euro, e 1,6 miliardi di operazioni di pagamento per un valore di circa 87,5 miliardi di euro. Il circuito Bancomat e PagoBancomat gestisce ad oggi 54 milioni di carte, 48 mila Atm, gli sportelli per il prelievo di contante, e 2,1 milioni di Pos.

Il nuovo servizio, denominato BancomatPay, partirà il prossimo primo gennaio 2019. «I possessori di una carta Bancomat dovranno chiedere alla loro banca di aderire al nuovo servizio - spiega Zollo - poi dovranno scaricare sul loro smartphone la app per i pagamenti virtualizzati, da utilizzare al posto dei tradizionali Pos. Oppure, via pc, potranno fare acquisti online nei siti in cui troveranno l'icona di BancomatPay. Abbiamo scelto una modalità di identificazione attraverso il numero di telefono: non servirà quindi ricordarsi codici o password e pagare sarà semplicissimo. Partiamo a gennaio già con 2mila "merchant" attivi, ossia i soggetti da cui si acquistano prodotti

e servizi, abbiamo già Trenitalia, per l'acquisto dei biglietti ferroviari, e diverse Pubbliche amministrazioni, centrali e locali, per il pagamento di tributi e multe. Ma il lavoro di allargamento della platea è continuo. E partiamo anche con già 5 milioni di utenti attivi». Zollo si riferisce agli utenti di Jiffy, la piattaforma di pagamenti online della Sia e di recente acquisita da Bancomat, che si è portata in dote i suoi attuali 5 milioni di utenti e partnership con un paio di migliaia di esercizi commerciali, soprattutto nella grande distribuzione.

Per il lancio di BancomatPay Zollo ha messo a punto una ulteriore novità: l'azzeramento delle commissioni per gli esercenti sui pagamenti al di sotto dei 15 euro. «È una via per accelerare l'adozione del nuovo servizio - spiega -. È vero che oggi chi paga con le carte di debito e di credito non ha alcun ricario, ma è l'esercente che paga la commissione. Sarà questa commissione che sarà azzerata sui micropagamenti sul nostro sistema».

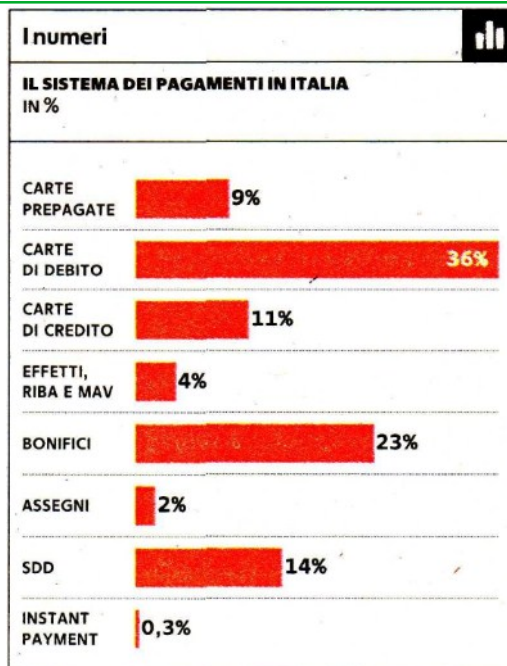
La virtualizzazione rivoluziona poi anche il modello di business di Bancomat: le app sostituiranno nel tempo i Pos, e questo significa, alla lunga, meno costi di hardware. «Anche se nell'immediato non sarà così - continua Zollo -. Per esempio stiamo lavorando per far inserire la app nei registratori di cassa dei supermercati, ma abbiamo un altro obiettivo molto sostanzioso, ossia di riuscire ad inserire Bancomat nei wallet elettronici dei big mondiali della rete: da Apple a Samsung a Google Pay».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Focus

Ha una quota di mercato dell'80% nelle carte di debito e ne gestisce 54 milioni. Primo obiettivo conquistare nuovi utenti all'e-commerce e, nel medio periodo, arrivare alla completa virtualizzazione dei Pos. In arrivo accordi con Apple, Samsung e Google Pay. Si parte dal primo gennaio prossimo con in dote i 5 milioni di utenti della piattaforma Jiffy





**Alessandro
Zollo**
ad Bancomat

Lo scenario

Fintech e nuove partnership le banche alla prova del web

FOCUS Finanza digitale

LUIGI DELL'OLIO, MILANO

Secondo Accenture il combinato disposto di innovazioni normative e tecnologiche produrrà una nuova mappa di potere. E gli istituti tradizionali reagiscono

Irischi che si corrono scegliendo di restare a guardare sono maggiori rispetto a quelli di fare scelte errate. Lo tsunami che sta investendo il settore bancario, per il combinato disposto di innovazioni normative e tecnologiche, produrrà una nuova mappa di potere, con i dominatori di lungo corso che rischiano di essere spazzati via velocemente se non sapranno adattarsi a un mondo che cambia rapidamente.

Tra il 2005 e il 2017, segnala uno studio di Accenture, gli operatori attivi nel mercato europeo sono passati da 24mila a 19.300, con la selezione che è stata anche più radicale di quanto dicano questi due numeri, considerato che un operatore su sei tra quelli attualmente sul mercato non era ancora nato 13 anni fa. Non solo, i nuovi entranti sono anche la categoria più dinamica, dato che lo scorso anno ha inciso per un terzo sul progresso dei ricavi dell'intero settore.

Le Fintech, i nuovi istituti di pagamento, i giganti del Web che sfruttano le loro sterminate basi di dati per esplorare nuovi segmenti di business e gli istituti solo digitali rivoluzionano il panorama del business, ma non è detto che offuscheranno il ruolo delle banche preesistenti, a patto che queste ul-

time sappiano rimettersi in gioco rispetto ai modelli tradizionali. "La sfida è aperta e ci sono cinque strade per competere", è la conclusione alla quale è giunta una recente inchiesta del *Financial Times* sul tema. La prima è nel lancio di banche digitali da parte di operatori tradizionali: un modo per intercettare la clientela più giovane che non si reca allo sportello e fornire complementarità di accesso ai servizi a quella più senior. La seconda opzione è quella delle acquisizioni e la terza delle partnership: le banche più strutturate hanno in genere una buona dotazione di capitale, che possono mettere sul piatto per siglare accordi più o meno profondi con i nuovi player del settore. La quarta opzione è di incrementare la diversificazione del business per presidiare le nuove aree di sviluppo del mercato e la quinta di lanciare servizi innovativi, imitando le scelte dei concorrenti che si sono rivelate vincenti.

Un rapido sviluppo sta registrando l'open banking, favorito dall'entrata in vigore a inizio anno della Psd 2, direttiva europea mossa dal desiderio di consentire al cliente di una banca di accedere anche ai servizi finanziari offerti da altri istituti o da società Fintech senza più barriere tecnologiche. Dal lato dell'offerta, questo significa che al-

cuni servizi tradizionalmente appannaggio delle sole banche diventano accessibili anche ad altri operatori, ma anche che possono nascere nuove forme di collaborazione tra player tradizionali e nuovi. I primi possono mettere sul piatto il vantaggio competitivo di cui dispongono alla luce della conoscenza del mercato e della clientela, ma sono chiamati ad aprirsi agli stimoli che arrivano dalle nuove realtà, nate in chiave digitale.

Un altro fattore disruptive per il settore bancario è la blockchain, che semplificando al massimo è un registro pubblico nel quale vengono archiviati in modo sicuro, verificabile e permanente transazioni che avvengono tra due utenti appartenenti a una stessa rete. I dati degli scambi vengono salvati all'interno di blocchi crittografici, dando vita a una catena che consente di risalire e verificare tutte le transazioni effettuate. Certificandole di fatto senza più la necessità di un



intermediario. Una rivoluzione che promette di abbattere i costi delle commissioni bancarie (e quindi i compensi per queste ultime), garantendo al tempo stesso velocità e affidabilità delle operazioni. Alle banche non resta che provare esse stesse a salire sul carro di questa innovazione, in modo da garantire in modo più accurato e veloce i pagamenti, riducendo di pari passo i costi operativi. Un passaggio più facile a dirsi che a farsi, considerato che in gioco non c'è solo l'acquisto di nuova tecnologia, ma anche una riorganizzazione profonda della struttura organizzativa e del modo di lavorare.

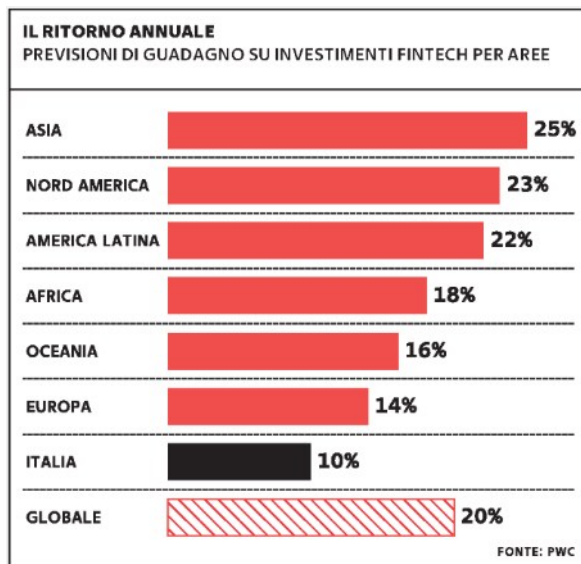
Il tema dei costi è cruciale anche nell'ambito della distribuzio-

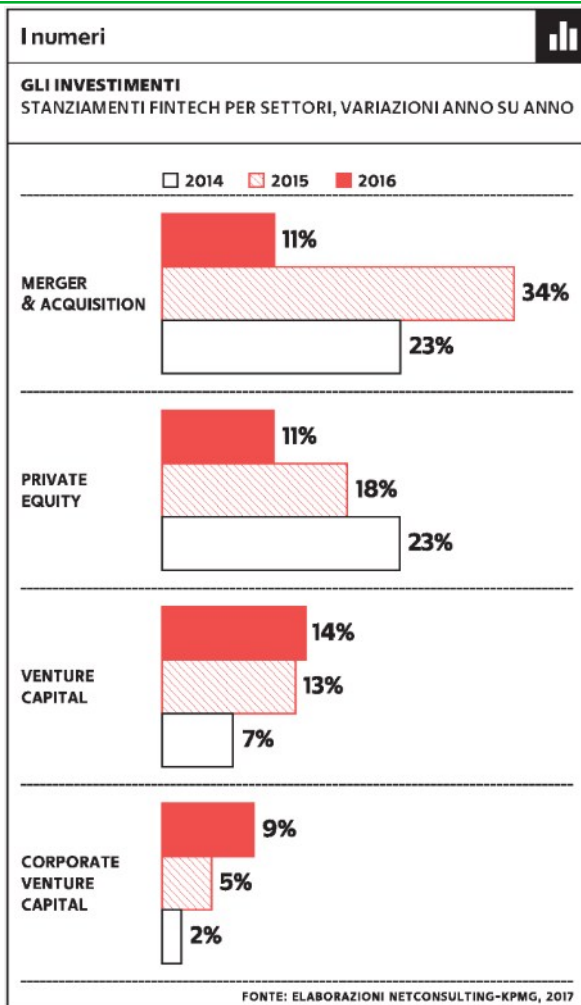
ne di prodotti finanziari. A inizio anno è entrata in vigore la Mifid 2, che impone una serie di regole operative e organizzative a carico dell'offerta, per garantire un' informativa più chiara per i piccoli investitori. Questi ultimi nel primo trimestre del 2019 riceveranno una documentazione relativa alle commissioni pagate nel corso di quest'anno semplificata rispetto al passato e non più indicata solo in termini percentuali. Ad esempio sapranno se il fondo comune sottoscritto è costato 100 o 400 euro, e verosimilmente si guarderanno intorno in caso di spesa elevata rispetto al rendimento.

Uno scenario che porterà inevi-

tabilmente a un calo dei margini da parte di tutta la catena della distribuzione - dalle case prodotte alle Sgr, fino ai consulenti finanziari - che potranno però recuperare almeno in parte grazie proprio all'evoluzione tecnologica. I roboadvisor, software programmati per contribuire all'allocatione degli investimenti, fin qui si sono dimostrati più che avversari dei consulenti in carne e ossa. Fungendo anche da loro alleati, nella misura in cui consentono di liberarli da una serie di incombenze amministrative, consentendo ai professionisti di concentrarsi sugli aspetti relazionali. Laddove la tecnologia non può (ancora) arrivare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





1 Le Fintech e i nuovi istituti di pagamento rivoluzionano il panorama del business. Secondo una recente inchiesta del Financial Times sul tema ci sono cinque strade per competere. La prima è nel lancio di banche digitali da operatori tradizionali



TECNOLOGIA E LAVORO

Così lo sbarco di Amazon rivoluziona Long Island

GIANNI RIOTTA NEW YORK

Quando lasciate Long Island City, pacioso quartiere di Queens, a New York, al confine con Manhattan, e guidando sul Queensboro Bridge entrate in città, verso la 59esima Strada e il monumentale Hotel Plaza che il presidente Trump diede alla moglie Ivana a saldo del divorzio, aprite gli occhi, perché state viaggiando in un libro classico. Da East Egg e West Egg, villaggi immaginari sullo stretto lungo il Connecticut, partono infatti i protagonisti del romanzo «Il Grande Gatsby» di Fitzgerald. — P.11

Il colosso di Seattle apre il suo secondo quartier generale. La preoccupazione degli abitanti: "Non potremo più permetterci di abitare qui"

Amazon decide di sbarcare a Long Island tra nuovi posti di lavoro e affitti alle stelle

IL CASO

GIANNI RIOTTA
NEW YORK

Quando lasciate Long Island City, pacioso quartiere di Queens, a New York, al confine con Manhattan, e guidando sul Queensboro Bridge entrate in città, verso la 59esima Strada e il monumentale Hotel Plaza che il presidente Trump diede alla moglie Ivana a saldo del divorzio, aprite gli occhi, perché state viaggiando in un libro classico. Da East Egg e West Egg, villaggi immaginari sullo stretto lungo il Connecticut, partono infatti i protagonisti del romanzo «Il Grande Gatsby» di Fitzgerald, il gangster romantico Jay Gatsby, Nick Carraway l'amico leale, la fatua Daisy, il crudele Tom Buchanan. Per arrivare a Long Island City attraversano la desolata Valle delle Ceneri, storica discarica dove New York del XIX secolo seppelliva i resti della combustione di milioni di caminetti e fornaci e bruciava i rifiuti. Per Fitzgerald è il Purgatorio, dove i peccati dei newyorchesi vengono scontati, fino al Limbo di Long Island City: là Nick e Tom incrociano un corteo funebre e un'auto dietro, a bordo passeggeri neri con autista bianco, evento allora rarissimo. Gli

afroamericani guardano ostili Tom, a sua volta persuaso da un libro appena letto che i bianchi siano assediati da turbe fanatiche multietniche, la dottrina oggi degli elettori repubblicani nel Midwest.

Long Island City venne fondata da un fabbro olandese, Hendrick Harmensen, e rimase indipendente da New York, con fieri sindaci, fino al 1898, quando fu inglobata con le fonderie e i ricordi della guerra rivoluzionaria 1775, le guarnigioni di Sua Maestà Britannica acquarterate tra i canali di Dutch Kills, in vista oggi dei luccicanti grattacieli del boom economico, oltre i grigi loft della catene di montaggio dismesse, occupati con i loro studi da giovani artisti come Alta Price, calligrafia romana antica tracciata in filigrana su carte preziose. Qui si fabbricano ancora le mitiche cravatte Brooks Brothers, marchio Usa al collo di ogni presidente, ora proprietà italiana con Claudio del Vecchio da Lincoln che venne ucciso con al collo un papillon Brooks Brothers alle regimental magnifiche di Kennedy: Trump usa invece le cravatte col suo brand. E qui i graffitisti duri del gruppo di Jonathan Cohen, a 5 Pointz, avevano decorato con i colori spray un intero edificio, al 45 di Davis Street, monumento-caleidoscopio riprodotto nei manuali di storia dell'arte contemporanea, finché il palaz-

zinaro Jerry Wolkoff non decise di raderlo al suolo e fare i soldi con un condominio di lusso. Se ne erano, nel frattempo, andate in Cina anche le officine Eagle Electric, dove operai polacchi, italiani, neri faticavano insieme, trasformati in loft per la borghesia che mangia quinoa organica e hamburger chilometri 0, senza antibiotici, comprati online da Fresh Direct, catena con sede a Long Island City, grande rivale di Whole Foods, i supermarket ambientalisti di Jeff Bezos, patron di Amazon.

E di Jeff Bezos, se passate al self service greco dietro la 22esima Strada, celebre per lo studio del fotografo Steve McCurry, parlano tutti, perché, nel bene e nel male, la sua decisione di piazzare il secondo quartier generale di Amazon a Long Island City rivoluzionerà il quartiere del fabbro Hendrick.

Amazon parla di 25.000 nuovi posti di lavoro, stipendi fino a 150.000 dollari l'anno, triplo della media Usa, tasse a pioggia sulla comunità. Decine di città si son battute per il contratto e



sindaco e governatore di New York, gli italoamericani De Blasio e Cuomo, si fregano le mani pensando al bilancio e concedendo dunque un miliardo e mezzo di dollari in incentivi a Bezos (1,32 miliardi di euro). Non tutti son però in festa. Beth, ragazza madre e cameriera arrivata a Long Island City dopo l'uragano che ha devastato Portorico, teme «affitti alle stelle, dovrò traslocare, la metropolitana fa schifo, come faccio con lavoro e bambino?». La neo deputata Alexandria Ocasio-Cortez, socialista stella della sinistra 2018, denuncia sfratti per lavoratori e ceti medio e vorrebbe che i soldi venissero investiti in trasporti e alloggi popolari: «Davvero serve incentivare un'azienda miliardaria?». Il New York Times guida l'opposizione, tralasciando però il dettaglio che Bezos è anche editore del rivale storico, il Washington Post. Il governatore Cuomo ribatte «Per ogni dollaro investito ne riceveremo nove in tasse».

E ci sono giusto meno nove gradi sotto zero a Long Island City, nel week end dopo Thanksgiving. Si passa per le avenue ortogonali, dove i pub irlandesi con sgabelli e birra alla spina cedono il posto a cocktail bar della scuola del barman filosofo, Sasha Petraske, con il respiro condensato dal gelo e la persuasione che Long Island City sta per cambiare anima. Se ne andranno artisti, studenti, lavoratori, arriveranno programmatori, scienziati Intelligenza Artificiale, manager, tecnici. Via le lavanderie a gettoni, dentro palestre high tech. L'esodo del ceto medio da New York continua, perché come la Daisy Buchanan, di cui il povero Gatsby era perdutamente innamorato attraversando Long Island City, ormai qui tutti hanno «la voce piena di soldi». —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

25.000

I posti di lavoro che Amazon prevede di garantire per la gestione del centro

1,5

Miliardi di dollari l'incentivo ricevuto da Amazon per aprire a Long Island

150.000

Dollari l'anno lo stipendio promesso ai dipendenti: il triplo della media nazionale

178

I miliardi di dollari di ricavi ottenuti nel 2017 dal colosso di Seattle

Villaggio globale

Evans, un canadese a Shanghai:
"Una seconda vita per Alibaba"

FILIPPO SANTELLI → pagina 16

L'incontro/Michael Evans

Un canadese a Shanghai

"Una seconda vita per Alibaba"

FILIPPO SANTELLI, SHANGHAI

Il presidente del gruppo riconosce che la frattura con gli Usa sarà difficile da ricomporre: "Stiamo investendo in tecnologie di frontiera per affermare il nostro primato". Intanto Jack Ma si è fatto da parte riconoscendo che è dura diventare "re" globali

La tensione tra Stati Uniti e Cina ha tante facce, non solo quella commerciale. Ci vorrà tempo ma sono ottimista: credo che alla fine tutto sarà risolto, entrambe lo vogliono». Canadese di Toronto, 61 anni, medaglia d'oro del canottaggio alle Olimpiadi di Los Angeles, Michael Evans ha passato la sua carriera da manager a costruire ponti tra la Cina e il mondo. Per vent'anni lo ha fatto al vertice di Goldman Sachs Asia. E dal 2015 lo fa da presidente di una startup in cui la banca aveva investito, diventata nel frattempo un colosso globale dell'e-commerce, Alibaba, con un occhio speciale all'espansione internazionale.

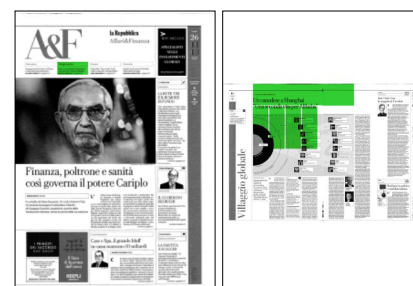
Siamo a Shanghai per l'evento con cui Alibaba festeggia, a giochi fatti, l'11/11, la sbornia di shopping che l'azienda di Jack Ma ha inventato per consolare i single cinesi, la più ricca giornata di compere al mondo. Quest'anno però, a dispetto dell'ennesimo record di vendite, 31 miliardi di dollari e un miliardo di pacchi spediti, il clima non è dei migliori. La sfida con gli Stati

Uniti trascina nell'arena i campioni del digitale. La crescita cinese mostra segni di rallentamento. Molti si chiedono se le due cose impatteranno sull'azienda simbolo del benessere mandarino, proprio quando il mitico Jack ha annunciato che l'anno prossimo lascerà. In pochi mesi Alibaba ha bruciato a Wall Street un terzo del valore: «I mercati? Vengo da quel mondo e non mi preoccupa troppo», replica Evans, 61 anni, studi a Princeton e Oxford. «Non passiamo il tempo a seguire l'andamento delle azioni ma a eseguire la nostra strategia. E le vendite crescono del 53%».

Numeri del genere si possono vedere mezzi vuoti. «Oggi l'economia cinese ha mostrato la propria forza», esulta davanti al totalizzatore Daniel Zhang, ceo di Alibaba e successore designato di Jack Ma. Eppure molti notano che l'aumento rispetto al 2017 è solo del 27%, il più basso di sempre. Alla Cina, ad Alibaba, salire non basta: ci si aspetta sempre un'impennata. «In certi settori c'è un rallentamento ciclico - riconosce Evans - specie i prodotti costosi come frigoriferi o televisori. Ma in altri come lusso, cosmetici, infanzia, la crescita è significativa». Che sia il famoso effetto rossetto? Quando le cose vanno male, dicono gli economisti, ci si consola con vezzi poco costosi. «Bisogna guardare oltre il ciclo: nei prossimi cinque anni in Cina altre 300 milioni di persone entreranno nella classe media, i consumatori iniziano a utilizzare il credito. E poi c'è il New retail». L'ultimo progetto di casa: rivoluzionare i supermercati fisici, marchio Hema, con una iniezione di tecnologia, in modo da fondere vetrine online e fisiche in una esperienza di acquisto senza confini. Entro l'anno i punti vendita saranno già cento. Per gli analisti è un rischio, un settore maturo in cui i margini sono bassi.

«Ma noi lo vogliamo reinventare, chi ha detto che saranno inferiori? L'80% del commercio in Cina è ancora offline. Il Paese ci dà un'opportunità e noi la stiamo sfruttando».

È chiaro il messaggio: sono solo turbolenze di passaggio sulla rotta di decollo. Ma se per l'economia cinese è facile da credere, in fondo cresce ancora al 6,5%, sul piano internazionale è più dura. Il confronto con gli Stati Uniti pare destinato a durare e alzare muri. In America Alipay, braccio finanziario di Alibaba, si è vista bloccare l'acquisizione del gigante delle rimesse Moneygram, questione di sicurezza nazionale. Jack Ma ha ritirato la promessa fatta a Trump di creare un milione di posti di lavoro nel Paese. L'ultimo accordo chiuso è dalla parte opposta dello spettro geopolitico, una mega partnership in Russia con il gruppo Mail.ru, siglata durante un incontro di Stato tra Putin e Xi Jinping. «La strategia di espansione non è cambiata, il focus sull'Asia è funzione del fatto che questo è il primo mercato di consumi al mondo», dice Evans. Che riconosce come la sfida Usa-Cina possa influire su «modi e tempi»: «In ogni mercato che avviciniamo ci immaginiamo come un ospite e cerchiamo un partner locale, siamo diversi da Amazon. Dobbiamo essere cauti, non vogliamo essere imprigionati in un conflitto geopolitico. Non ci possiamo presentare ovunque». La globalizzazione di Alibaba resta parziale: fuo-



ri dalla Cina, ancora dominante, c'è il Sudest asiatico, attraverso l'e-commerce locale Lazada, la difficile India, una bandierina in Turchia e la novità Russia.

Viene da dare ragione a chi profetizza un web diviso in due: uno Occidentale, a trazione americana, e uno dei Paesi emergenti a trazione cinese. In parte è già così, se si confrontano le app usate a New York e a Pechino: Whatsapp contro Wechat, Netflix contro iQiyi, Amazon contro Alibaba. Non secondo Evans: «Internet è Internet, un veicolo tecnologico che connette imprese e consumatori, resterà un sistema unico. Sulla nostra piattaforma vendono 180mila aziende di Europa, Usa, Giappone. Se parliamo di tecnologie come l'IA o il quantum computing è possibile che si sviluppino a velocità diverse in luoghi diversi, con diverse applicazioni. Ma non credo a una balcanizzazione». È l'altro timore, visto

che al centro della sfida tra Stati Uniti e Cina c'è proprio il primato nell'hi-tech di frontiera: che i rispettivi campioni digitali diventino un'arma nelle mani dei governi, costretti a rispettare logiche di potenza nazionale. L'autarchia proclamata da Xi è un segnale.

Evans ha pronta la replica: «Non abbiamo ufficiali di Partito o del governo nel board, le decisioni vengono prese in autonomia, siamo quotati a New York e del tutto trasparenti». La questione però è più sottile. Alibaba, Tencent, Baidu sono cresciute anche grazie alla protezione che la Grande muraglia digitale eretta dal Partito ha garantito loro, sanno che in Cina non si può avere successo nuotando controcorrente. Tencent ha inghiottito senza fiatare lo stop ai videogiochi, suo business principale, e varato una ristrutturazione centrata sull'intelligenza artificiale, priorità di Xi. «Cina, Usa e Europa sono

diversi, ma in tutto il mondo i regolatori e la politica hanno idee forti su quel che va fatto», relativizza Evans. Alibaba ha annunciato che produrrà chip per i supercomputer, una dimostrazione di fedeltà alla leadership? «Sono in profondo disaccordo. Investiamo in tecnologie di frontiera con centri di ricerca in tutto il mondo. È sempre stata la visione di Jack. I benefici dei cambiamenti digitali sono superiori ai problemi. Per questo non credo alla balcanizzazione della Rete». La storia però può andare anche indietro. Una voce ricorrente è che Jack Ma non poteva scegliere momento migliore per farsi da parte. In un mondo che si divide un'immagine come la sua, di imprenditore cinese e globale, sarà più difficile da coltivare, il sogno di Alibaba prima azienda globale, difficile da realizzare. «Per risolvere le guerre commerciali - chiosa Evans - ci vorrà tempo, molto tempo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Focus

31 MILIARDI DI DOLLARI

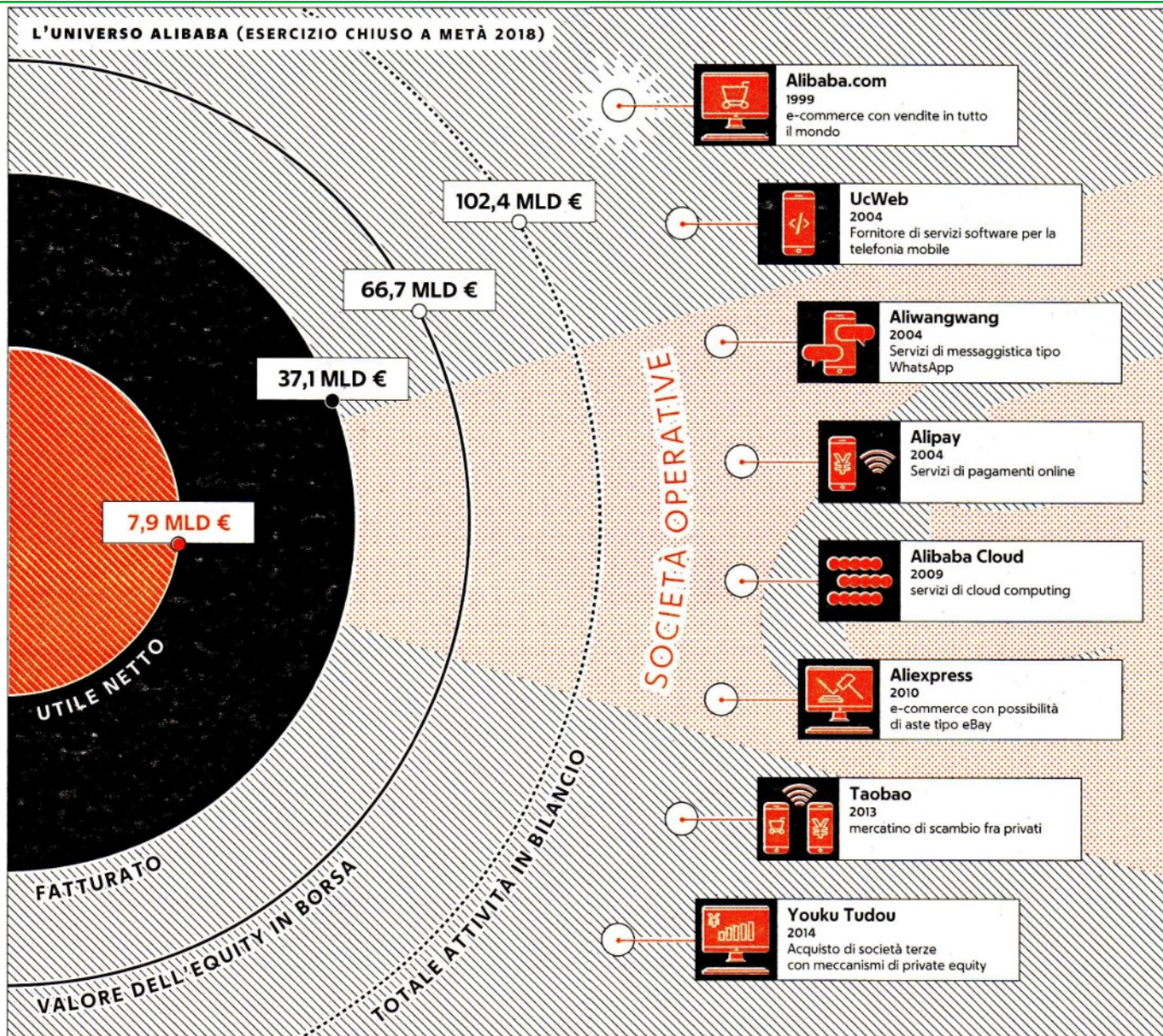
L'incasso di Alibaba per l' "11/11", la giornata dell'e-commerce nata in contrapposizione al Black Friday americano. È il 27% in più rispetto all'anno scorso: un forte aumento che però è il più basso della storia di quest'evento. I pacchi spediti nell'occasione sono stati un miliardo

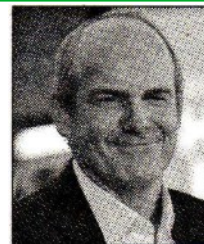
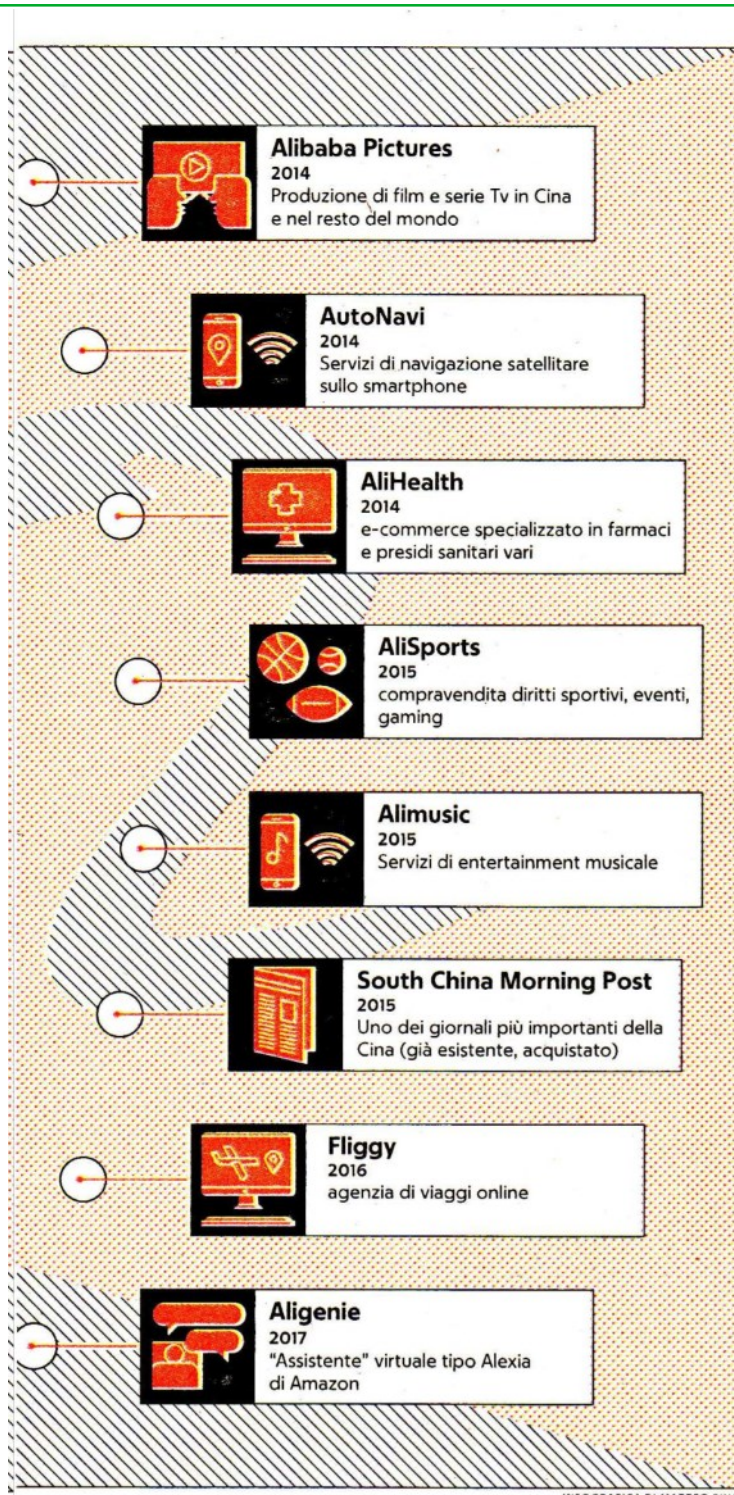
LE STRATEGIE

Alibaba sta sperimentando una catena di negozi fisici: del resto l'80% del commercio nel Paese si svolge ancora per vie tradizionali. E quest'anno altri 300 milioni di cittadini entreranno nella classe media in possesso quindi di una certa capacità di spesa

LE DISPOSIZIONI POLITICHE

I capi di Alibaba rigettano l'interpretazione secondo cui gli investimenti in tecnologie che vanno al di là dell'e-commerce siano frutto di un'indicazione politica. «Lo facciamo per noi e per il mondo», è la risposta. La sfida con gli Stati Uniti trascina nell'arena i campioni del digitale





Michael Evans
presidente di Alibaba



Jack Ma
fondatore di Alibaba

LE FIGARO

THIERRY OBERLÉ



LA CISGIORDANIA FA LITIGARE AIRBNB E ISRAELE

Affittasi magnifico appartamento sui monti della Giudea. "Abitazione situata sulla strada per il Mar Morto con vista spettacolare sul deserto. Fermatevi lontano dai percorsi più gettonati e godetevi il paesaggio, la natura e i percorsi a piedi". Dal sito di Airbnb stanno per scomparire gli annunci come questi che promettono vacanze nella Terra Promessa. La piattaforma americana online di prenotazione di alloggi sta infatti per eliminare dai suoi elenchi le proposte di sistemazione nelle colonie israeliane. Tale decisione è stata presa prima della pubblicazione, martedì scorso, di un rapporto di Human Rights Watch (HRG) e dell'Ong israeliana Kerem Navot che si occupa di "camere in territori rubati".

L'organizzazione che si batte per la difesa dei diritti umani rimprovera al sito ma anche a Booking.com di mettere online offerte non conformi con lo statuto internazionale di territorio occupato della Cisgiordania, dove si sono insediati circa 430mila coloni israeliani. "Abbiamo concluso che faremmo bene a eliminare dalle nostre offerte gli alloggi che si trovano al centro della disputa tra israeliani e palestinesi" ha spiegato in un comunicato la direzione di Airbnb. "Siamo consapevoli che alcune persone saranno in disaccordo con la nostra decisione. La questione è sicuramente controversa".

Le autorità israeliane hanno immediatamente gridato allo scandalo. Yariv Levin, ministro del turismo - settore economico che va assai bene - giudica la decisione presa da Airbnb "ipocrita e ripugnante", e minaccia di rispondere con cause intentate nei tribunali americani di 25 stati nei quali una legge proibisce di mettere all'indice Israele. Il governo si considera vittima di una campagna internazionale orchestrata da organizzazioni che boicottano gli israeliani per delegittimare lo stato ebraico. «Ci sono conflitti nazionali in ogni angolo del mondo. Airbnb dovrà spiegare perché ha scelto, nello specifico e deliberatamente, di attuare questa decisione politica discriminatoria a discapito dei soli cittadini israeliani», commenta Ben Moore, portavoce degli Affari strategici, un ministero la cui missione consiste nel contrastare le operazioni filopalestinesi di boicottaggio.

Anche nel rapporto di HRW - il cui rappresentante in Israele è stato espulso nel maggio scorso - si denunciano discriminazioni: gli autori fanno notare infatti che gli alloggi proposti da Airbnb e Booking.com non sono accessibili ai residenti palestinesi della Cisgiordania perché, a eccezione degli operai muniti di permessi speciali, non sono autorizzati a entrare nelle colonie.

Nel rapporto si critica il fatto che alcune offerte lascino supporre che gli alloggi si trovano in territorio israeliano e si riporta il caso di un camping in una colonia israeliana illegale vicina a Ramallah, installato su alcuni terreni sottratti agli agricoltori palestinesi. Secondo la descrizione di Airbnb, quel luogo sarebbe "bucolico". Complessivamente, nel documento negli insediamenti israeliani in Cisgiordania figurano 139 alloggi proposti da Airbnb e altri 26 suggeriti da Booking.com che, per il momento, tace.

© Le Figaro/LENA

Traduzione di Anna Bissanti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**BANDA LARGA & PIANI
RIPA (OPEN FIBER):
RETE UNICA?
INTANTO NOI
CABLIAMO IL PAESE**di **Alessandra Puato** e **Riccardo Gallo****16****Il personaggio****I PROGETTI DI OPEN FIBER**

Mentre sul matrimonio con Tim per la rete unica un piano fatica a prendere forma, gli operatori telefonici temono che si fermi chi lavora già per portare Internet veloce in tutto il Paese, ossia la società di Enel e Cdp

«Contate su di noi — dice la manager che la guida —, continuiamo a cablare l'Italia e confermiamo gli obiettivi»

Cioè coprire il 90% del territorio con la fibra ottica fino a casa in 5 anni. Vigilano le banche finanziatrici

ELISABETTA RIPA

BANDA LARGA «NOI NON ASPETTIAMO»

**I miei
ragazzi
si chiedono
che cosa
succede.
Ho detto
loro di star
tranquilli**

di **Alessandra Puato**

Riflette, poi risponde con calma. «Siamo focalizzati sulla cablatura del Paese. Sentiamo la responsabilità di disegnare un progetto industriale importante per l'Italia. È giusto dargli valore, indipendentemente dalle decisioni che riguardano gli azionisti. Perciò ho scritto una mail ai miei, per tranquillizzarli che tutto procede, che il nostro pro-

getto va avanti. Perché devo mettermi nelle scarpe di questi ragazzi — l'età media è 38 anni, ma tolti i dirigenti scende parecchio — che si chiedono che cosa stia succedendo. Dobbiamo dar loro tranquillità e visibilità sulla rilevanza del piano: continuiamo a cablare il Paese ad alta velocità». Elisabetta Ripa è una torinese riservata, determinata e attenta ai numeri.

È lei la donna della banda ultralarga di Stato: che Tim o non Tim c'è già, sta lavorando. Ripa guida la società di Cdp ed Enel partita due anni fa per portare



l'Internet ultraveloce direttamente in tutte le case e le aree, profittevoli e no. «In modo omogeneo», sottolinea, che poi è come dire disponibile a tutti.

Laurea in Economia alla Sapienza, specializzazione all'Insead di Fontainebleu, casa a Roma e due figli, ha appena festeggiato il primo compleanno da amministratrice delegata di Open Fiber, il 16 novembre. E che compleanno. Quasi coincide con quello vero (53 anni compiuti il 20) ed è stato nella settimana più calda: quella delle ventilate nozze di Open Fiber con Tim per costruire la rete unica per il web veloce.

È chiaro che ogni ipotesi di nozze con la società della francese Vivendi, del fondo americano Elliott e della stessa Cdp ha un impatto su quest'azienda che, nata due anni fa con il governo Renzi, sta commercializzando la banda ultralarga in 60 città, da Torino a Catania; che ha già 800 dipendenti e ha aperto un migliaio di cantieri, l'ultimo la settimana scorsa a Montefalco, la zona del vino Sagrantino.

La collaborazione

I lavori procedono, è il messaggio di Open Fiber che fornisce la fibra ottica «all'ingrosso» agli operatori telefonici, in testa Vodafone e Wind. La settimana scorsa ha siglato l'accordo con un nuovo cliente, Linkem e a breve saranno finalizzati altri accordi, annuncia. «Manteniamo gli obiettivi», dice Ripa: cioè un miliardo d'investimenti l'anno per coprire entro il 2023 il 90-95% del territorio e il 65% della popolazione con la fibra ottica più innovativa fin dentro casa (Ftth). Significa cablare 271 città e 6.753 Comuni a un ritmo di oltre 2,5 milioni di unità immobiliari l'anno. Sulle aree non a mercato anche in collaborazione con Tim, poiché qui userà parte delle sue infrastrutture.

Quest'anno Of ha aggiudicato 48 gare, il suo modello è stato riconosciuto vincente dalla stessa Telecom. «È un progetto infrastrutturale di lungo periodo con un traguardo di piano di cinque anni — dice Ripa —. Quest'azienda ha completato la fase di startup e ha cominciato a crescere in maniera significativa. Mancavano le risorse, sono arrivate e ci siamo fatti trovare pronti (il finanziamento di 3,5 miliardi dalle banche, ndr). Ora siamo in forte accelerazione». Con attenzione particolare ai dipendenti.

Mail del 19 novembre a parte («Chiuderemo quest'anno con circa 4,8 milioni di case e aziende cablate, il doppio del 2017. Per colmare il *digital divide* italiano serve l'infrastruttura che stiamo costruendo»), venerdì scorso Ripa ha visto gli ultimi 70 assunti. «È il programma di *onboarding*», di presa a bordo, dice. Perché «chi gestisce un'azienda deve raggiungere risultati ma anche occuparsi di chi li deve conseguire».

Il mercato

Nei giorni passati si sono rincorsi sul matrimonio Of-Tim piani «segreti» e contraddittori, voci su future remunerazioni regolate con il meccanismo premiante della Rab (il capitale investito riconosciuto, come per la rete elettrica, e quindi ricadute in bolletta) e preoccupazioni sindacali per le decine di migliaia di possibili esuberi in Tim. Senza contare i dubbi degli analisti sul debito monstre della società telefonica privata che verrebbe ridotto se la rete di Tim fosse ceduta o conferita sì, ma a caro prezzo. E il rebus degli investimenti digitali da aumentare senza ridurre il personale. La grande confusione.

«Non c'è nessun piano», si è affrettato a dichiarare giovedì 20 il vicepremier Luigi Di Maio dopo una giornata al fulmicotone. E hanno avvertito la necessità di pronunciarsi sia Francesco Starace, amministratore delegato dell'Enel da sempre prudente sulla rete unica («Open Fiber deve cablare a un costo competitivo e con grande velocità il Paese. Qualunque cosa che possa rendere più agevole questa missione ci piace. Tutto il resto non lo sappiamo, questa è la saga infinita») sia Franco Bassanini («Condivido le parole di Starace»), presidente della stessa Open Fiber (e già con lo stesso ruolo in Cdp) coinvolto sul tema dal governo. Come lo è ovviamente Luigi Gubitosi, il nuovo amministratore delegato di Tim.

Il mercato aspetta e guarda. I grandi clienti di Open Fiber vogliono essere rassicurati che il cablaggio proceda sulle 271 città concordate, senza rallentamenti. L'AgCom, authority che dovrebbe disciplinare nel caso la Rab, si avvicina alla scadenza del consiglio e la consultazione che ha aperto sul tema della rete unica è a legislazione vigente, sarà superata dai fatti.

In questo mare in tempesta Ripa ha il compito del capitano: stare dritta sulla tolda col timone in mano. Espressa dall'Enel a cui spetta la nomina del ceo, in Telecom ha lavorato a lungo e conosce Bassanini da quando era amministratrice delegata di Sparkle. È spettatrice di una vicenda politica che ha già visto, perché periodicamente l'idea di scorporo della rete di Telecom riaffiora. «I clienti possono contare su di noi — dice —. Siamo in linea sia con il piano approvato dal board di febbraio sia con quanto concordato con le banche che tengono sotto controllo la nostra attività. È anche questa garanzia dell'esecuzione».

Dei 3,5 miliardi arrivati in luglio dalle banche (capofila Bnp-Bnl, Société générale e Unicredit) e da restituire in sette anni il mese scorso Open Fiber ha iniziato ad attingere 560 milioni. «Sarà una progressiva accelerazione di attività perché i fornitori che devono realizzare la nostra infrastruttura si sono organizzati, ma bisogna continuare a lavorare su tutte le aziende della filiera». Significa anche avere l'accordo dei comuni per scavare. Meglio se il clima intorno è calmo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ELISABETTA RIPA

**Concorrente**

Luigi Gubitosi, 57 anni, nominato amministratore delegato di Tim il 18 novembre scorso. È stato commissario di Alitalia, direttore generale della Rai e ceo di Wind

L'EX MONOPOLISTA AL BIVIO

Il nodo investimenti sul futuro di Tim

La rete è vecchia, il suo valore in bilancio è fissato a 15 miliardi, ma vale di meno. Se Tim ci investe, si ferma il negoziato con Of

di **Riccardo Gallo**

Dopo aver affrontato in Rai e Alitalia costi di struttura troppo alti rispetto ai ricavi, ora in Tim Luigi Gubitosi trova un nodo diverso: l'apparato tecnico è vecchio, vale molto meno di quel che si pensi, un lodevole progetto di rinnovamento è stato varato negli ultimi due anni dal precedente azionista, il gruppo francese Vivendi, ma quello di adesso, il fondo americano Elliott, per sua natura preferisce una soluzione spregiudicata e sbrigativa. Chiede di scorporare la vecchia rete privata, cederla alla società pubblica che in futuro possiederà e gestirà la rete unica di accesso, facendosela pagare molto più del suo valore.

Dicono che Gubitosi sia abile a tenere i rapporti con i governi, in sintonia con quello in carica, ma stavolta non può illudersi.

Venti anni fa, prima che fosse privatizzato in blocco (rete più servizi), il gruppo a partecipazione statale progenitore di Tim aveva un fatturato di 22 miliardi di euro, 130 mila dipendenti, il quasi monopolio della telefonia fissa (quasi il 90 per cento delle linee). Controllava metà del mercato della telefonia mobile, aveva un patrimonio tecnico (inclusa la rete in rame) abbastanza giovane, con un'età di sette anni su una vita utile di undici: solo di poco superiore alla media di sei anni della rete delle maggiori multinazionali di telecomunicazioni, perché ogni anno provvedeva a ringiovanirla con investimenti per ben 5 miliardi. Tutti questi nostri calcoli partono dalle pubblicazioni R&S Mediobanca.

Alla fine dell'anno Duemila, finita sot-

to la proprietà dell'Olivetti di Colaninno, Tim raggiunse un fatturato più alto (30 miliardi), meno dipendenti (124 mila), una gestione più efficiente, una redditività migliorata (e già buona prima). Ma faceva meno investimenti e aveva una rete in rame invecchiata (nove anni e mezzo).

Alla fine del 2002, sotto la proprietà sempre Olivetti ma stavolta con Tronchetti Provera, il gruppo Tim manteneva dimensioni del business e posizione di mercato, vantava maggiore produttività, ma faceva ancor meno investimenti e, soprattutto, accantonava meno ammortamenti. Così che alla fine presentava utili netti più pingui del reale e li distribuiva tutti ai soci per dar loro modo di rimborsare i debiti finanziari contratti per l'Opa.

Perciò l'anzianità della rete a fine 2002 salì a 12 anni, doppia di quella (sempre sei anni) delle multinazionali. La società si giustificava dicendo che, grazie a Internet, la rete in rame poteva essere utilizzata più a lungo e perciò ogni anno bastavano meno ammortamenti. Questa spiegazione strideva con la logica, perché le innovazioni rendono obsolescenti i mezzi di produzione e semmai impongono ammortamenti maggiori. Tant'è vero che poi nel caso specifico la fibra innovativa ha vinto sul vecchio rame. In conseguenza di tale incauta politica di bilancio, all'attivo di Tim ci potrebbero essere minusvalenze.

Dai conti 2017 emerge che il fatturato netto del gruppo Tim, 19 miliardi, viene per tre quarti dal mercato italiano, più precisamente dalla telefonia fissa per 10 miliardi (con una quota di mercato del 53%), e dal mobile per 5 miliardi (con una quota del 30%). Il ricavo medio per abbonato nel fisso va aumentando, grazie alla quota di mercato, nel mobile va diminuendo, per la concorrenza. I dipendenti sono 60 mila, 50 mila in Italia tra fisso e mobile.

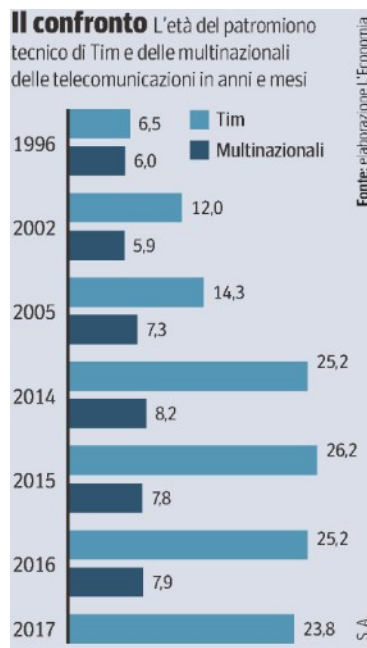
L'anzianità della rete nel 2015 era aumentata a 26 anni, più del triplo delle multinazionali, salite nel frattempo a otto anni. Poi, sotto la nuova proprietà francese di Vivendi, gli investimenti nella fibra hanno prodotto un lieve

ringiovanimento e l'anzianità a fine 2017 è scesa a 24 anni. Quegli investimenti però hanno allarmato chi ne aveva varato di simili con il progetto Open Fiber, nato da Enel Open Fiber, Metroweb con una quota di Cdp.

Il valore contabile netto dell'attivo immobilizzato (rete, servizi, immobili e altro, in Italia e all'estero, quello trasferibile e quello da mantenere) a fine 2017 era pari a complessivi 15 miliardi, superiore forse per quanto detto (insufficienti ammortamenti) all'effettivo valore di mercato.

In conclusione, Tim: 1) il bilancio lo fa ancora con la telefonia fissa. 2) Stimare 15 miliardi la sola vecchia rete, obsoleta in quanto in gran parte ancora in rame, a rischio minusvalenze, significherebbe sopravvalutarla enormemente. 3) Se invece ne continuasse l'opera di rinnovamento intrapresa da Vivendi, la trattativa per trasferirla si fermerebbe. Ecco perché stavolta Gubitosi non può illudersi troppo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



TIM, SULLA RETE PER ORA C'È SOLO RUMORE

L'editoriale



LA RETE TIM E IL RUMORE DI FONDO

FABIO BOGO

Che succederà a Tim? Dopo aver spinto per una rete unica in fibra per l'Italia, con dichiarazioni per lo più rilasciate in trasmissioni televisive a beneficio del grande pubblico, il vicepremier Luigi Di Maio ora fa lo slalom. In un momento frena rispetto all'accelerazione che ha preso la vicenda dell'incumbent delle comunicazioni. "Sullo scorporo della rete non c'è nessun progetto in corso", ha fatto sapere incalzato dai giornalisti.

In un altro momento, in seguito a notizie che parlavano di un presunto piano segreto sul suo tavolo ha invece spinto di nuovo sull'acceleratore.

L'obiettivo - ha spiegato il vicepremier - è quello di «creare le condizioni per rendere appetibile e sostenibile la creazione di una rete unica a banda ultralarga». Insomma, c'è o non c'è una direzione? Nel mezzo di queste esternazioni contraddittorie assistiamo ad un titolo che oscilla in Borsa e ai lavoratori di Tim che manifestano preoccupati sotto il ministero e minacciano scioperi, temendo che il loro posto di lavoro sia a rischio. Incidente di percorso? No. Capitalizzare consenso con annunci roboanti, poi frenare e far cadere la grande riforma nel dimenticatoio, poi ancora rilanciare l'iniziativa, è diventata ormai consuetudine. È successo - ad esempio - con la chiusura domenicale dei negozi. Un paio di mesi fa era partita la campagna per

restituire le domeniche alle famiglie, che venivano dipinte come entità amorfe ormai "distrutte dai centri commerciali". Toni enfatici e annunci di realizzazione del progetto entro l'anno.

Il percorso si è però arenato di fronte alle resistenze del nord, dove si concentra il maggior volume di acquisti delle famiglie. Se ne parlerà nel 2019. Stesso destino per le accise sulla benzina. Era il primo provvedimento da prendere, secondo il vicepremier Matteo Salvini, appena sbarcato a Palazzo Chigi. Applausi degli automobilisti. Peccato che non se ne veda traccia.

Anche sulle nomine acceleratore e freno. Via i vertici dell'Enit, l'ente per il Turismo. Ma il ministro Centinaio in due mesi non ha trovato i successori, e così l'azienda è lasciata in mano al collegio dei revisori, che con la mano destra da amministratore sbriga l'ordinaria amministrazione e con la sinistra da controllore se la certifica. E poi l'evasione fiscale. Da combattere con le manette e la fatturazione elettronica. Che dall'estate è slittata all'autunno, e poi all'inverno e poi ancora si farà ma magari non per le piccole imprese. Doveva portare 1,9 miliardi di maggiori incassi. Una bella cifra, che forse non si otterrà mai.

Troppe promesse non mantenute e la pragmatica Confindustria di Vicenza sentenza: "Stufi di tweet e annunci, da noi non si investe e non si assume più". Lassù al nord il rumore non ha funzionato. Qualcuno se ne ricordi anche per gli annunci su Tim.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il commento

Un Paese fermo nel guado i soldi vanno spesi nell'innovazione

GIUSEPPE TRAVAGLINI *

L'obiettivo di fondo dovrebbe essere l'aumento della produttività che invece continua a rallentare: così frena lo sviluppo

In Italia la produttività continua a rallentare e si amplia la distanza con Francia e Germania. Si allarga anche il gap tra il Pil pro capite italiano e quello medio europeo. E cresce a nostro sfavore lo "spread tecnologico" che allontana sempre più l'Italia dai leader europei. Un'involuzione che trova un qualche limitato ristoro nel contributo dei fondi strutturali europei. In Italia tra il 1992 ed il 2014 l'impatto dei fondi Ue su produttività e tecnologia è stato positivo. Ma i volumi di spesa sono limitati. E quelli a favore dell'Italia restano troppo spesso inutilizzati. I numeri dell'ultima programmazione europea 2014-2020 confermano questa "virtù" tutta italiana. Ad oggi, dei 42 miliardi di fondi strutturali stanziati a nostro favore ne sono stati spesi solo l'8%. E nelle regioni del Sud, come la Sicilia, la spesa rasenta lo zero. E similmente restano nella nebulosa dei desideri gli impegni per il biennio 2018-2020. Ci si può lamentare dell'Europa, ma bisogna essere consapevoli delle nostre lacune. Politiche e amministrative. Specialmente quando l'Italia è con 73.6 miliardi (complessivi) il secondo paese beneficiario della Ue. E ancor di più quando i fondi strutturali della Strategia Europa 2020 sono finalizzati alla crescita intelligente (conoscenza e innovazione), alla sostenibilità (ambiente e sviluppo) e all'inclusione (occupazione e coesione sociale-territoriale). Insomma, alla produttività è alla tecnologia. E a tutte quelle competenze ove la nostra economia resta deficitaria. Sia di mezzi che di conoscenze.

Ma il dibattito nazionale sembra più interessato ai temi di governance che a quelli del progresso tecnologico. È il caso della Tim. L'ultimo colpo di scena è stato la nomina del nuovo ad, Luigi Gubitosi. Una vicenda in

cui si scontrano i destini di Vivendi, ostile alla nuovo assetto proprietario, con quelli del fondo americano Eliott, in collaborazione con Cassa depositi e prestiti più vicina agli interessi del governo. Obiettivo della nuova proprietà è la cessione della rete telefonica a un gestore esterno, sulla falsa riga di Terna per l'elettricità. Una cessione che potrebbe originare profitti da capogiro per Eliott, che non può essere l'azionista di riferimento. Ma che lascerebbe a Tim i debiti pregressi. Una visione opposta a quella di Vivendi che punta a mantenere la proprietà della rete, e all'integrazione verticale con i media, per veicolare in un pacchetto unico telefonia, dati e internet. Dal 1997, l'ennesima contesa per il controllo di Tim che ha complessivamente subito una perdita del 77% del suo valore, mentre quello medio europeo dei competitors è cresciuto del 48%. E tutto ciò mentre in Italia 7 mila aree industriali su 11 mila non hanno la fibra ottica. E 1700 mancano della comunissima banda larga, con il 13% ancora scoperto o con un Adsl a bassa performance.

È stato osservato che il sistema-Italia ha disperso da tempo il proprio modello di sviluppo. O meglio che negli ultimi decenni non è stato capace di sintetizzare una visione coerente con le grandi trasformazioni in atto. La rivoluzione digitale, la globalizzazione, l'euro. È in questo triangolo che passa la riqualificazione del sistema produttivo, il rinnovamento tecnologico e la capacità di tornare competitivi nel contesto internazionale. Ma la distanza dall'Europa aumenta. E lo spread tecnologico non si combatte solamente con gli assetti proprietari e il duello tra capitale pubblico e privato. Ma con concrete politiche di investimento e innovazione. Restare nel guado è rischioso. Pena il declino del Paese.

* *Ordinario di Politica economica
Università di Urbino Carlo Bo*

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'opinione



Il dibattito nazionale sembra più interessato ai problemi di governance che a quelli del progresso tecnologico: ma così si approfondisce il gap verso Francia, Germania e gli altri concorrenti, anche sotto il profilo del Pil pro capite

L'Osservatorio del Politecnico: investimenti hi tech su del 2,6% nel 2019

Se sale (di più) la passione digitale delle imprese

Se l'industria l'ha già denunciato, in questa manovra ci sono troppo pochi fondi per lo sviluppo digitale del Paese, dall'altro qualche indizio per ritenere che l'innovazione in Italia non si fermerà esiste. Merito delle aziende, piccole o medie, grandi o grandissime che, sostiene il nuovo Osservatorio del Politecnico di Milano, nel 2019 hanno in previsione di spendere il 2,6% in più in investimenti digitali. L'anno prossimo, dice lo studio, il budget Ict per quasi quattro imprese italiane su dieci aumenterà: è il terzo anno consecutivo con il segno più. Tra le priorità degli imprenditori: analisi dei big data, dematerializzazione e digitalizzazione dei flussi operativi, rinnovamento della pianificazione delle risorse d'impresa.

L'altro dato interessante, rivela lo studio realizzato dagli Osservatori Digital Transformation Academy e Startup Intelligence e che sarà presentato, all'interno di un convegno dedicato, giovedì 29 novembre a Milano, è che l'innovazione spinge anche nuovi modelli di business, aperti e partecipativi. Così, il 33% delle imprese analizzate ha già realizzato iniziative di open innovation e una stessa quota collabora con startup. «Siamo a un punto di rottura: le nostre aziende magari hanno tergiversato, ma ora sanno che non si può tornare indietro, perché il digitale ha ormai pervaso ogni settore e attività — spiega Alessandra Luksch, direttore degli Osservatori Digital Transformation Academy e Startup Intelligence —. È un cambio culturale, oggi le imprese cercano interlocutori nuovi: startup, centri di ricerca e aziende non concorrenti, che si affiancano a quelli tradizionali. Il modello Amazon fa scuola: sperimentare e avventurarsi in settori anche diversi dal business originale».

La ricerca ha analizzato un panel di 2.300 aziende: a guidare il treno degli investimenti sono quelle di grandi dimensioni (tra 250 e mille di-

pendenti), che spenderanno il 4,8% in più, seguite dalle medie (tra i 50 e i 250 dipendenti), che metteranno sul piatto il 3,2% in più. La ricerca non quantifica i budget ma, assicura Luksch, «i numeri sono buoni, finalmente equiparabili a quelli di realtà europee più dinamiche».

Un po' in ritardo restiamo comunque. Stima Anitec-Assinform, l'associazione delle imprese Ict di Confindustria, che il mercato digitale in Italia quest'anno toccherà i 70 milioni di euro circa: in crescita del 2,3% sul 2017, ma meno di quanto avevano previsto gli analisti prima che iniziasse il rallentamento dell'economia. L'andamento per il 2019 (+2,8%) e per il 2020 (+3,1%), secondo Assinform, è invece legato alla continuità dei provvedimenti e agli incentivi come Impresa 4.0, oggi previsti in calo, ma anche al rilancio della digitalizzazione della pubblica amministrazione.

«Nella classifica del Desi, l'indicatore della Commissione europea che misura il livello di attuazione dell'Agenda Digitale di tutti gli Stati membri — spiega la ricercatrice — e che comprende elementi come la connettività e la digitalizzazione del pubblico, siamo al 26esimo posto, praticamente ultimi. Ma abbiamo imboccato la strada giusta. Fino a qualche anno fa il rischio era che il consumatore fosse più digitale delle imprese, adesso non è più così, come mostrano i dati. Ora il balzo spetta anche al pubblico».

Francesca Gambarini

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il lavoro al tempo dell'industria 4.0 «Umanesimo e intelligenza artificiale: un nuovo rapporto uomo-tecnologia»

Il metodo proposto da Mylia (gruppo Adecco) mira a unire le tecnologie che cambiano alla velocità della luce e un nuovo modo di interpretare le competenze 'soft', quindi l'uomo



Francesca Conti
■ MILANO

LA QUARTA rivoluzione industriale bussava ormai alle porte del mondo del lavoro. A dirlo è anche un report del World Economic Forum, secondo cui questa rivoluzione vedrà come protagonisti intelligenza artificiale, robotica e biotecnologia. Tra qualche anno professioni che oggi ancora non esistono potranno diventare comuni, infuocando contratti, rapporti e forme di lavoro. Come stare al passo coi tempi? Prova a rispondere Mylia, brand del gruppo Adecco dedicato all'apprendimento e sviluppo degli individui e delle aziende.

«IL NOME vuole riprendere sia il concetto latino di 'pietra miliare', intendendo i singoli momenti formativi come basi del proprio futuro, sia il senso di 'my' all'inglese, per mettere al centro la persona stessa» spiega Roberto Pancaldi, managing director di Mylia. Un concetto che parte dal latino, ma che vuole imporsi in chiave moderna come una declinazione di «nuovo umanesimo», che unisca «le tecnologie che cambiano alla velocità della luce e un nuovo modo di interpretare le competenze 'soft', quindi l'uomo. Una sorta di collegamento tra la dimensione soft-umana e quella tecnologica, sempre più pervasiva», chiarisce Pancaldi. Servendosi di sistemi di intelligenza artificiale e machine learning, Mylia offre ai candidati e alle aziende, attraverso una piattaforma dedicata, programmi e corsi di formazione per potenziare la propria preparazione e le proprie competenze.

IL METODO proposto dalla socie-

tà di formazione del gruppo Adecco può essere suddiviso in quattro step: la mappatura, che permette di raccogliere un'ampia gamma di dati per studiare lo scenario in cui contestualizzare i progetti; l'analisi, che mette in relazione i dati raccolti; la pianificazione, che consente di creare programmi che utilizzano un mix di metodologie e strumenti di apprendimento costruiti sulle specificità del partecipante e infine il coinvolgimento, con la realizzazione di un'esperienza formativa individuale.

«Normalmente l'analisi dei fabbisogni formativi viene fatta attraverso un'azione umana e un elemento soggettivo. Abbiamo voluto introdurre la tecnologia al servizio della miglior progettazione possibile. Vogliamo analizzare in maniera oggettiva tutti i dati che sono a disposizione di una persona e di un'azienda» chiarisce Pancaldi. Il risultato? Una fotografia più complessa – ma anche più veritiera – del fabbisogno. «Poi recuperiamo la dimensione umana di scegliere» aggiunge il responsabile di Mylia. Il brand ha tre macro ambiti di azione. Il primo riguarda le competenze di natura tecnica e digitale che secondo Pancaldi «sono diventate ormai come l'inglese: bisogna saperlo». Il secondo è lo sviluppo delle capacità funzionali, specifiche di ogni lavoro e mestiere. Infine l'implementazione delle cosiddette 'soft skills', «fondamentali nell'incrocio tra le precedenti per fare in modo di tenere attiva la mia occupabilità», continua Pancaldi.

LE COMPETENZE trasversali secondo una recente ricerca del gruppo Adecco, sono la chiave per l'occupabilità futura e permettono a chi le possiede di adattarsi più agevolmente a nuove mansio-

ni o lavori. E per molte categorie di lavoratori le soft skill hanno un impatto positivo sulle retribuzioni, determinando un incremento fino al 40% in più sullo stipendio. «Certe competenze devono avere un peso anche rispetto allo stipendio. Posso quantificarle e incrementarle» sottolinea il manager, ricordando che spesso «non è sulla base delle competenze tecniche che si decide se assumere o meno qualcuno. A fare la differenza è la capacità di gestire la complessità di quella abilità specifica».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

UN METODO IN QUATTRO STEP

A destra Roberto Pancaldi, managing director di Mylia

I parametri della selezione

«Tecnologia al servizio della progettazione: vogliamo analizzare in maniera oggettiva tutti i dati a disposizione di una persona e di un'azienda»

Competenze trasversali

«Le 'soft skills' sono la chiave per l'occupabilità futura e permettono a chi le possiede di adattarsi più agevolmente a nuove mansioni o lavori»

La decisione di assumere

«Non è sulla base delle competenze tecniche che si decide se assumere, ma la capacità di gestire la complessità di quella abilità specifica»

