

Rassegna del 26/06/2019

Corriere della Sera	17	Facebook: dimezzate le fake news		Ducci Andrea		1
Corriere della Sera	17	I timori dei banchieri centrali		Pennisi Martina		3
Sole 24 Ore	12	De Guindos: «Libra al vaglio Bce su uso dati e riciclaggio»		Serafini Laura		4
Mf	7	Hedge fund pronti a ridimensionare il bitcoin?		Osipovich Alexander		5
Mf	9	Banca del Piemonte si fa fintech		Bertolino Francesco		6
Mf	13	Instagram invade il territorio di Amazon		Zangrandi Giulio		7
Libero Quotidiano Milano	34	Alleanza Amazon-Artigiani per vendere in rete - Alleanza Amazon-Artigiani per vendere i prodotti in rete		Cavalli Costanza		8
Mf	12	Toronto sarà la prima città made in Google		...		10
Repubblica	37	Auditel la rivoluzione è in streaming		Bolognini Luigi		11
Avvenire	24	Auditel La rivoluzione a metà		Gambassi Giacomo		13
Mf	19	Da Auditel ascolti tv sui digital device		Corvi Ester		14
Sole 24 Ore	7	Intervista ad Andrea Imperiali - «Dati utili per contrastare il potere dei colossi del web»		A.Bio.		15
Sole 24 Ore	2	Robot, industria al palo «Serve un piano 4.0» - L'industria dei robot è ferma Mercato interno a crescita zero		Orlando Luca		16
Sole 24 Ore	2	Il doppio blitz che taglia i fondi 4.0 e per il venture capital		Fotina Carmine		18
Economy	100	l'occhio del robot salva l'uomo e i suoi affari		Venturi Riccardo		20
Economy	20	Scontrino fiscale elettronico, come adeguarsi		Capriolo Giuseppe		22
Sole 24 Ore	14	Fastweb e Wind Tre, accordo per lo sviluppo delle reti 5G		Biondi Andrea		23
Economy	96	Digitale, flessibile e 5G: il futuro prossimo di Tim		Luciano Sergio		24
Sole 24 Ore	7	A Santa Giulia si apre la stagione di Maximo Ibarra		A.Bio.		26
Messaggero	18	Sky Italia, Ibarra prende il timone: guiderà la sfida anche nelle tlc		Amoruso Roberta		27
Panorama	122	Il grillo parlante - Più libra, meno libertà. Va bene così?		Giordano Mario		28
Corriere della Sera	37	Sda Bocconi, al via i corsi online «Formazione modello Netilix»		Bocconi Sergio		29

Facebook: dimezzate le fake news

Sandberg a Roma annuncia i nuovi investimenti in Italia. E il Financial stability board bocchia Libra

ROMA Qualcosa sta cambiando. Disinformazione e messaggi improntati all'odio sui social network possono essere ridotti attraverso un presidio e un controllo puntuale. A indicare i risultati ottenuti nel corso dell'ultimo biennio è Sheryl Sandberg, direttrice finanziaria di Facebook. «Sappiamo di dover risolvere problemi come l'hate speech e la disinformazione soprattutto nelle elezioni politiche, ma ci siamo impegnati. Abbiamo 30 mila controllori, tre volte di più del 2017, con le elezioni europee — racconta Sandberg — abbiamo introdotto la verifica degli annunci pubblicitari elettorali e questo lavoro ha avuto un effetto. Dal 2016 le interazioni con le notizie false sono dimezzate e il 65% del linguaggio con contenuti di odio è stato rimosso in maniera proattiva rispetto al 24% di due anni fa». L'intento, insomma, è «affrontare le sfide che affronta tutto internet, e stare vigili, collaborando con i governi per nuove regole e per la privacy. Siamo determinati — spiega — ad essere parte della soluzione».

Sandberg da un decennio è uno dei dirigenti chiave del gigante fondato da Mark Zuckerberg e durante la presidenza di Bill Clinton è stata a capo dello staff del segretario al Tesoro Larry Summers. Ieri era a Roma per la presentazione del progetto di ampliamento di Binario F, un centro con laboratori e nuove aree dedicato alla formazione digitale. Un luogo che Sandberg tratteggia come «il più importante investimento di Facebook in Italia, per contribuire alla formazione di oltre centomila persone entro la fine di quest'anno». L'obiettivo è garantire diverse tipologie di training e seminari per potenziare le competenze digitali di istituzioni, scuole, genitori e studenti, produttori di contenuti, istituzioni culturali, no profit e startup.

Il rilancio di Facebook su Binario F, presso l'Hub di IVenture Group e Luiss EnLabs all'interno della Stazione Termini, prevede un ampliamento degli attuali spazi, occupando oltre 900 metri quadrati. Sandberg, del resto, ricorda che

«su Facebook ci sono 31 milioni di italiani e 27 milioni partecipano alle community», gruppi di utenti che con idee e proposte continuano a registrare una crescita. A rimarcare l'investimento negli spazi di Binario F è anche Luca Colombo, numero uno di Facebook in Italia. «Le competenze digitali sono un requisito per contribuire alla crescita economica del Paese, tra l'altro sono le stesse imprese a indicarlo. Secondo una ricerca di Morning Consult — spiega Colombo —, l'87% delle piccole e medie imprese in Italia afferma che sono più importanti del percorso scolastico in fase di assunzione di nuovi dipendenti».

Lo sviluppo del progetto è stato curato da Laura Bononcini, direttore Public Policy per il Sud Europa di Fb. «Nonostante le cosiddette digital skill siano fondamentali per lo sviluppo e la crescita economica, in Italia oltre 280mila posizioni specializzate rischiano di rimanere scoperte da qui al 2023», dice Bononcini.

Andrea Ducci

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I nodi

● Ieri Sheryl Sandberg, direttrice finanziaria di Facebook, ha annunciato a Roma che dal 2016 le interazioni con le notizie false sono dimezzate

● Strada in salita invece per Libra, la criptovaluta presentata la settimana scorsa da Facebook. Dopo l'avvertimento della Bank of England, ieri 3 importanti regolatori finanziari hanno messo in guardia Facebook promettendo un'analisi attenta di Libra



Dir. Resp.: Luciano Fontana

Tiratura: 296003 - Diffusione: 275328 - Lettori: 2048000: da enti certificatori o autocertificati

www.datastampa.it



Nella Capitale

La direttrice finanziaria di Facebook Sheryl Sandberg (quinta da sinistra nella foto da lei postata sul social), ieri a Roma al centro per la formazione digitale Binario F.

 **Il commento**

I timori dei banchieri centrali

di **Martina Pennisi**

Che per Libra non sarebbe stata una passeggiata è stato chiaro fin dall'inizio, quando — una settimana fa — Facebook ha presentato i suoi piani per la creazione di un sistema di pagamento globale basato su una criptomoneta gestita in collaborazione con un'associazione di altre 27 aziende, tra cui Vodafone, Visa e Mastercard. Secondo il *Financial Times*, alla lista degli scettici si è aggiunto nelle ultime ore il presidente del Financial Stability Board, Randal Quarles, che ha sottolineato con una lettera al G20 la necessità di «un attento esame (delle nuove criptovalute, *ndr*) da parte delle autorità per assicurare che siano soggette a elevati standard di regolamentazione». Dello stesso avviso il N°1 della Financial Conduct Authority britannica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



De Guindos: «Libra al vaglio Bce su uso dati e riciclaggio»

CREDITO E REGOLE

«Troppo presto per una valutazione». Pautelli (Abi): stesse regole per tutti

Laura Serafini

Anche la Banca centrale europea ha cominciato a studiare le implicazioni della nuova criptovaluta Libra lanciata da Facebook. «Non abbiamo ancora una valutazione, perché servono ulteriori informazioni sull'iniziativa - ha detto al Sole24Ore il vice presidente della Bce, Luis De Guindos -. Questo genere di iniziative vanno valutate soprattutto per gli aspetti che riguardano la riservatezza dei dati, per le questioni inerenti il riciclaggio e per le implicazioni in termini di stabilità finanziaria. Dobbiamo però analizzare più a fondo l'iniziativa». Ma Libra rappresenta un pericolo o un'opportunità? «Penso che sia una combinazione delle due cose. Bisogna trovare un punto di equilibrio. Quello che si può dire, in ogni caso, è che dovrà sottostare agli standard regolatori esistenti», ha risposto De Guindos a margine dell'evento organizzato da Abi "Oltre Basilea. Supervision, risks&profitability".

Il principio "stesse business, stesse regole", affermato nei giorni scorsi dalla Banca dei regolamenti internazionali in un report su Big Tech e finanza, è stato invocato ieri anche dal presidente dell'Abi, Antonio Pautelli, parlando di Libra.

«Io chiedo solo un'unica regola per tutti gli operatori che fanno più o meno lo stesso lavoro. Se arrivano nuovi competitori dovranno applicare le normative internazionali, europee e nazionali vigenti» ha detto

Patuelli. Le banche in Occidente, ha aggiunto, «sono fortemente regolamentate nella lotta al riciclaggio e finanziamento al terrorismo e questa lotta impegna le banche a rendere tracciabili i singoli euro, dollari o yen che passano da un conto a un altro. Sono convinto che non saranno tollerati meccanismi non tracciabili, senza adeguata verifica dei passaggi di denaro».

Il tema della sfida che i Big Tech si apprestano a lanciare alle banche attraverso l'open banking (l'obbligo di dare a operatori terzi l'accesso ai conti correnti) è stato affrontato anche dal vice dg di Bankitalia, Federico Signorini, il quale ha riconosciuto il fatto che la redditività del sistema italiano si è attestata nel 2018 sopra la media europea, ma per accrescerla è necessario investire anche nell'innovazione. «Nel prossimo biennio 2019/2020 il sistema investirà circa 400 milioni nel fintech - ha detto Signorini -. Può sembrare molto, ma non è abbastanza».

Giovanni Sabatini, dg di Abi, ha ricordato come sinora gli investimenti nel software non vengano riconosciuti nel capitale regolamentare, anche se in base a quanto previsto dalle nuove norme europee del cosiddetto pacchetto bancario «l'Eba potrà riconoscere quali di questi investimenti rientreranno nel patrimonio di vigilanza».

Nel suo intervento De Guindos ha spiegato che la nuova sfida per le banche ora è il consolidamento, soprattutto quello cross border. «Il consolidamento domestico è cruciale. Fusioni e acquisizioni possono generare notevoli risparmi sui costi», ha detto, aggiungendo che il consolidamento cross border «è un complemento indispensabile

alle fusioni e acquisizioni domestiche», infatti le banche più diversificate geograficamente «hanno mostrato una maggiore redditività negli ultimi anni».

Sabatini ha ricordato come il consolidamento a livello nazionale in Italia sia in corso. «Tra marzo 2017 e marzo 2019 siamo passati da oltre 431 banche anche per effetti normativi, a 113 banche o gruppi bancari indipendenti - ha detto - con le banche di credito cooperativo raggruppate in due gruppi bancari e quelle trentine che hanno scelto l'investor protection». Per creare campioni europei, invece, la situazione è più complicata perché «fino a quando l'unione bancaria non sarà completata e riconosciuta come unica giurisdizione, ci saranno ostacoli che rendono poco efficienti fusioni e acquisizioni».

Sempre ieri il presidente dell'Abi Patuelli ha messo in guardia rispetto a un fenomeno che inizierà dal prossimo anno, e cioè la vendita progressiva dei titoli di Stato possedute dalle banche, in virtù del fatto che dovranno iniziare a restituire i prestiti alla Bce, anche se quest'ultima ha recentemente annunciato nuove aste Ltro a partire dal prossimo settembre.

«Da gennaio è molto probabile che il totale dei titoli di Stato italiani in possesso delle banche italiane cali in maniera significativa», ha spiegato, perché gli istituti dovranno iniziare a restituire i prestiti Bce. Il banchiere ha ricordato come l'acquisto di titoli di stato rappresenta anche un «parcheggio di liquidità per le banche». E ha aggiunto: «Avverto in anticipo, non meravigliamoci a gennaio se c'è un forte calo. Se qualcuno deve restituire un prestito deve prepararsi in anticipo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LUIS DE GUINDOS
Vice presidente della Banca centrale europea



ANTONIO PATUELLI
Presidente della Associazione Bancaria Italiana



Hedge fund pronti a ridimensionare il bitcoin?

THE WALL STREET JOURNAL

di *Alexander Osipovich*

Gli hedge fund e altri grandi trader scommettono che il bitcoin cadrà, sebbene la valuta digitale sia salita oltre i 10 mila dollari. Questo è il quadro che emerge dai bitcoin future quotati sul Cme Group. I future sono contratti che permettono ai trader di scommettere se un asset, in questo caso il bitcoin, aumenterà o diminuirà di prezzo. Secondo un recente report della Commodity Futures Trading Commission (Cftc), la scorsa settimana gli hedge fund e altri gestori di fondi detenevano il 14% di posizioni ribassiste in più di quelle rialziste. Altri grandi trader sono stati ancora più ribassisti. Le cosiddette «other reportables», un'ampia categoria di aziende che non necessariamente gestiscono denaro per investitori esterni, detenevano un numero di posizioni short di tre volte maggiore nei future bitcoin di quelle long, come dimostra il report della Cftc.

Chi sono gli ottimisti? Il report mostra che lo sono soprattutto i piccoli investitori. Fra i trader con meno di 25 contratti bitcoin le long superano le scommesse short di 4 a 1. «I partecipanti tradizionali al mercato potrebbero essere più scettici rispetto ai millennial day trader», ha commentato George Michalopoulos, portfolio manager del fondo Typhon Capital Management. Il report della Cftc, uscito venerdì scorso, rifletteva il posizionamento degli attori al 18 giugno, quando un bitcoin valeva circa 9 mila dollari, mentre nella serata di ieri viaggiava intorno agli 11.350 dollari. L'11 giugno scorso le scommesse short degli hedge fund hanno superato le scommesse long del 47%, un divario che si è ridotto al 14% la settimana successiva. Tali dati non significa-

no necessariamente che gli hedge fund stiano scommettendo direttamente sulla caduta di bitcoin. Le scommesse short potrebbero anche essere parte di strategie di copertura.

Negli ultimi mesi, l'attività di trading del Cme è cresciuta nei bitcoin future, insieme al rimbalzo del prezzo del bitcoin. Lo scorso maggio, il volume medio giornaliero degli scambi nel contratto Cme ha raggiunto i 515 milioni di dollari. Intercontinental Exchange Inc., proprietaria della Borsa di New York,

testerà un nuovo contratto future sui bitcoin a luglio. E un gruppo di importanti società finanziarie, tra cui Td Ameritrade Holding e Fidelity Investments, stanno raccogliendo fondi per avviare un'impresa denominata ErisX, che ha in programma di offrire sia i future che lo spot trading di criptovalute. I volumi del contratto della Cme restano una piccola parte del valore giornaliero di miliardi di dollari nel mercato spot del bitcoin. Ma alcuni recenti studi suggeriscono che le dimensioni del mercato spot di bitcoin sono aumentate a causa del dilagare del falso trading negli scambi di criptovaluta. Ciò dovrebbe spingere i trader a non perdere di vista i bitcoin future della Cme, hanno sottolineato gli analisti di JPMorgan Chase.



L'ISTITUTO PUNTA SUI DATI PER INNOVARE L'OFFERTA E MIGLIORARE I PROCESSI DECISIONALI

Banca del Piemonte si fa fintech

*L'ad Venesio: vogliamo trasformarci in una data driven bank, mantenendo il radicamento territoriale
Grazie all'analisi della gran mole di informazioni, per esempio, si potrà minimizzare il rischio di npl*

DI FRANCESCO BERTOLINO

Tradizione e innovazione. Fondata nel 1912, Banca del Piemonte punta oggi a trasformarsi in una banca territoriale *data driven*, a farsi per così dire più fintech. «Il mercato e la competizione sono cambiati, altrettanto deve fare la banca», spiega a *MF-Milano Finanza* l'ad Camillo Venesio, «i nostri tre pilastri - gestione del risparmio delle famiglie, finanziamenti alle pmi e servizi alle imprese - rimarranno tali, ma la loro offerta e presentazione al cliente saranno profondamente diversi». L'analisi dei dati permetterà di rendere più efficienti i processi decisionali, gli accordi con fintech di migliorare la user experience dei clienti. «Con questa enorme mole di informazioni saremo in grado di supportare al meglio le famiglie nella gestione dei loro risparmi e anche di erogare credito alle aziende in modo più appropriato», prosegue Venesio, «tenendo conto di tutte le variabili - territorio, settore economico, prospettive, competizione - si riuscirà per esempio a minimizzare il rischio di npl». L'innovazione passa anzitutto da una trasformazione dell'organizzazione di impresa e, osserva Venesio, «deve essere declinata a tutti i livelli, a partire dall'alta governance». Accanto a manager di grande esperienza nel settore bancario, infatti, nel cda di Banca del Piemonte siedono oggi giovani professionisti con comprovate conoscenze tecnologiche. Ad aprile di quest'anno sono entra-

ti nell'organo di vertice Jacopo Anselmi, classe 1984, ex strategist di Google e co-fondatore di Credimi, Francesco Roncaglio, classe 1978, ad di Lamse, società specializzata in investimenti di private equity, e Monica Tardivo, classe 1970, socio fondatore di Ptg, innovativo studio notarile con sede a Torino. Per trasformarsi in una banca data driven, insomma, occorrono anzitutto talenti e competenze. In Banca del Piemonte un team di matematici, statistici e data scientist si è radunato attorno a Matteo Venesio, laureato in economia in Bocconi e in matematica alla New York University. Alla sua squadra è affidata la svolta digitale dell'istituto che passa anche per accordi di cooperazione con le arretranti fintech. «Abbiamo firmato da poco un'intesa con Credimi, la fintech con maggior crescita nell'Europa continentale negli ultimi tre anni che fa factoring esclusivamente digitale e con una user experience distintiva», sottolinea. Nel mercato europeo, secondo Venesio, c'è spazio per tutti, per grandi istituti di credito come per banche medio-piccole, agili e territoriali, come Banca del Piemonte. «Gli Usa hanno tre volte il numero di banche indipendenti dell'eurozona», conclude, «Kansas e Oklahoma ne hanno più che l'Italia. Qualcosa vorrà dire: per stare sul mercato non contano le dimensioni, ma visione imprenditoriale e capacità manageriali». Banca del Piemonte ha chiuso il 2018 con un utile di 6,5 milioni e un Cet1 ratio del 15,8%. (riproduzione riservata)



Camillo Venesio



Instagram invade il territorio di Amazon

di *Giulio Zangrandi*

Instagram punta a crescere nell'e-commerce. Lo ha rivelato al Financial Times Adam Mosseri, il nuovo responsabile del social network di casa Facebook, alla prima intervista ufficiale dal suo insediamento. Mosseri ha spiegato come la nuova strategia, maturata dopo aver sperimentato varie modalità per abilitare gli acquisti in-app, preveda di spostarsi saldamente nel territorio occupato da Amazon e Alibaba, o anche dalle «super app», come la cinese WeChat, che consentono agli utenti di inviare denaro, comprare e giocare su un'unica piattaforma. Per Mosseri, il progetto «è equiparabile a un piano di 5-10 anni», dovrebbe permettere di incassare «commissioni ragionevoli» e guarda soprattutto al Giappone, oggi «in slancio». (riproduzione riservata)



Lo storico accordo

Alleanza Amazon-Artigiani per vendere in rete

■ Dentato come Godzilla e manesco come King Kong, Amazon è il mostro da sconfiggere per tutti i commercianti. Il colosso americano è ancora più spaventoso per quegli artigiani che, sopravvissuti ai decenni d'oro dei centri commerciali, si trovano, di nuovo, a giocare con armi impari. Per questo, gli artigiani hanno deciso

che conveniva farsi amico l'orrore: ovvero vendere i propri prodotti proprio sulla piattaforma di e-commerce più famosa del mondo. Il progetto pensato per gli artigiani dal colosso di Jeff Bezos si chiama "Amazon Handmade", fatto a mano, «punta a valorizzare l'eccellenza italiana e permette al venditore di essere visibile e quin-

di di vendere ovunque decida», ha spiegato ieri l'Unione Artigiani di Milano, all'evento di presentazione dell'iniziativa. «Grazie alla vetrina Handmade anche le più piccole attività artigianali possono avviare il proprio e-commerce e raggiungere milioni di clienti nel mondo».

COSTANZA CAVALLI → a pagina 34

Lo storico accordo

Alleanza Amazon-Artigiani per vendere i prodotti in rete

Il colosso americano apre una piattaforma per i piccoli produttori: per loro più visibilità e pochissimi rischi

COSTANZA CAVALLI

■ Dentato come Godzilla e manesco come King Kong, Amazon, per i commercianti, è il mostro da sconfiggere. E il colosso americano è ancora più spaventoso per gli artigiani che, dopo aver superato indenni i decenni d'oro dei centri commerciali, si sono trovati, di nuovo, a giocare ad armi impari. Così hanno deciso che invece di combattere una battaglia già persa, conveniva cercare di farsi amico l'orrore: ovvero vendere i propri prodotti proprio sulla piattaforma di e-commerce più famosa e frequentata del mondo, che quest'anno non solo è diventato il marchio di "maggior valore al mondo" secondo la classifica BrandZ "Top 100 Most Valuable Global Brands 2019" (ha raggiunto i 315,5 miliardi di dollari di valore e ha superato Apple e Google), ma nell'ultimo trimestre ha di nuovo battuto tutte le aspettative di Wall Street e ha festeggiato un utile netto pari a 3,6 miliardi di dollari (3,2 miliardi di euro).

In Italia 42 milioni di persone, ovvero il 71 per cento della popolazione, utilizzano Internet, con una media di 76 ore al mese; di queste, 22 milioni di italiani ne impiegano 2,6 per fare shopping online. E nel 2018 nel nostro Paese il valore degli acquisti in rete

ha superato i 27 miliardi di euro con un incremento di 3,6 miliardi rispetto al 2017. Stare lontani da questo Bengodi sarebbe un errore: per gli artigiani e anche per Amazon. Anche perché, pur essendo l'Italia l'ultimo degli Stati europei per quanto riguarda gli acquisti online, oltre il 70 per cento degli utenti europei, dall'Inghilterra alla Germania, dedica dalle tre alle cinque ore ai siti "retail", cioè quelli di commercio elettronico. E le piccole e medie imprese italiane che hanno aperto dei canali di vendita digitali hanno registrato, nell'esportazione, delle quote di vendita del 55 per cento, contro una media europea che si ferma al 44.

MADE IN ITALY

Il progetto pensato per gli artigiani dal colosso di Jeff Bezos si chiama "Amazon Handmade", fatto a mano, «punta a valorizzare l'eccellenza italiana in qualsiasi settore e permette al venditore di essere visibile e quindi di vendere ovunque lui decida», ha spiegato ieri l'Unione Artigiani di Milano e della provincia di Monza e Brianza, durante l'evento di presentazione dell'iniziativa.

«Grazie alla vetrina Handmade di Amazon», si legge ancora nella nota, «anche le più piccole attività artigianali possono avvia-

re il proprio e-commerce e raggiungere milioni di clienti in tutto il mondo. L'artigiano ha a disposizione tutti i servizi e gli strumenti dedicati ai partner commerciali a condizioni economiche particolari, e ulteriori vantaggi che aumentano ulteriormente la visibilità e l'attrattività dell'offerta».

Tra i settori di maggiori crescita del commercio elettronico, nell'ultimo anno, ci sono giocattoli (+48%), arredamento (+44%) e generi alimentari (+34%). «I dati confermano che il Made in Italy rappresenta un grande valore anche nel canale digitale», prosegue la nota di Unione Artigiani. Via libera, quindi, agli artigiani individuali, a quelli che lavorano con un piccolo gruppo di familiari o con non più di venti dipendenti, a cooperative e associazioni no profit. Si potrà mettere in vendita merce non prodotta in massa, ideata e prodotta dai singoli artigiani, che non potranno



affidare a terzi la produzione.

DAI GIOIELLI ALLE BORSE

L'iniziativa, valida per accessori ed elementi decorativi, articoli per l'infanzia, per gli animali domestici e per la cucina, oltre che per cosmetici, abbigliamento, scarpe, borse, gioielli, cancelleria e giocattoli, non è invece consentita per prodotti digitali e elettronici né per prodotti alimentari o per la cura della casa. Unione Artigiani, infine, sottolinea che il portale, oltre a incentivare l'ingresso nell'e-commerce anche alle più piccole attività artigianali, è in grado di minimizzare i rischi e l'investimento economico (la commissione di Amazon è pari al 12 per cento e viene applicata solo una volta conclusa una vendita).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I pacchi che ogni giorno vengono acquistati e consegnati grazie alla piattaforma Amazon

Toronto sarà la prima città made in Google

Toronto potrebbe essere la prima città made in Google. Ieri la controllata di Big G, Sidewalk, ha presentato il suo progetto per trasformare la capitale dell'Ontario in un'avveniristica smart city. Il piano, lungo 1524 pagine, prevede investimenti per quasi un miliardo di dollari per realizzare, fra l'altro, semafori e tende intelligenti, marciapiedi dinamici, piste ciclabili e pavimenti esterni riscaldati in inverno, robot sotterranei per le consegne e una rete ubiqua di internet ad altissima velocità. Sidewalk promette di trasformare l'area di Toronto che si affaccia sul lago Ontario nel «primo quartiere al mondo costruito da internet».

Se il piano di

Google dovesse ottenere l'approvazione dei regolatori, i lavori potrebbero avere inizio già nel 2022. Non tutti, però, sembrano entusiasti all'idea di risiedere nel distretto Google, temendo che l'iper-connessione possa in futuro tradursi in un iper-controllo, con ripercussioni sulla privacy e sulla libertà dei suoi abitanti. Il colosso di Mountain View ha più volte assicurato che non venderà i dati raccolti, non li utilizzerà a fini pubblicitari né li offrirà a terzi senza esplicito consenso del governo. Le rassicurazioni di Google non hanno convinto la Canadian Civil Liberties Association, che ad aprile ha citato in giudizio la città di Toronto per bloccare il progetto. C'è poi chi fa notare che, in ogni caso, privati cittadini potrebbero avere interesse a proteggere la loro riservatezza anche da indebite ingerenze governative.



Auditel

la rivoluzione è in streaming

I rilevamenti ora anche su tablet, pc e cellulari
Mancano all'appello Netflix, Amazon e Dazn

Da 16 mila famiglie si passa a 112 milioni di schermi. Alla visione in diretta si affianca quella in differita sui siti delle emittenti
di Luigi Bolognini

MILANO – Ora l'Auditel siete (siamo) tutti, basta un telefonino. Inizia una lunga rivoluzione dei dati di ascolto tv che passa per la mobilità: accanto ai classici ascolti delle 16mila famiglie campione sedute sul divano di casa, da oggi si calcoleranno anche quelli di chi guarderà una trasmissione su smartphone, smart tv, tablet, computer o consolle da videogiochi. «Inevitabile - spiega Andrea Imperiali, presidente dell'associazione di rilevamento - sono cambiati pubblico e modo di guardare la tv e i canali sono passati da 7 a 420 in 12 anni». Così Auditel è riuscita ad attrezzarsi per rilevare gli ascolti tramite browser e smart tv, e presto si aggiungeranno anche le app delle varie emittenti. Ma solo alcune: al momento sono calcolati i dati dei 6 principali editori, Rai, Mediaset, Sky, La 7, De Agostini, Discovery. Assieme fanno l'86,5% degli ascolti, tantissimo, ma neppure il 13,5% è poco, visto che è quello di Dazn, Amazon e soprattutto Netflix. Insomma, tutto il fenomeno, in grande

espansione, delle tv in streaming. «Speriamo di averli presto con noi noi li abbiamo invitati». Invito a cui queste nuove realtà difficilmente avranno gran voglia di rispondere: loro sanno benissimo quanti li seguono, ma non gli interessa troppo - anzi per nulla - farlo sapere in giro. Ma ad Auditel confidano che l'evoluzione e la messa a punto del sistema, che è solo alla fase iniziale, convincano tutti.

Altro dettaglio non piccolo. Alla visione in diretta si è affiancata quella in differita: anche nei giorni seguenti si va sul sito dell'emittente, o dei mass media online che riprendono qualche gag di un comico o uno scambio di battute in un talk show. Per questo i dati del giorno dopo vengono forniti, ma sono indicativi, e una settimana dopo aggiornati con le cliccate ottenute nel periodo. «Comunque sono cifre particolari - prosegue Imperiali - non somabili a quelle tradizionali, per ora. Non daremo share, anzitutto, ma solo cifre in assoluto: internet è un mare magnum. Poi avremo misure particolari: l'ascolto dei device nel minuto medio, il volume di stream erogati e visti per almeno 0,3 secondi, il tempo totale speso da ogni device su un singolo canale, e la durata media di uno stream. Niente logica di vincitori e vinti, la lettura di questi dati è più articolata». L'intenzione è di uniformare il tutto da gennaio 2020. Spulciando i pri-

mi dati pubblici (16-22 giugno) si nota che sono state guardate online 5.653.000 ore di tv, in media una decina di minuti a italiano. Di queste, 2.149.000 ore su Mediaset e 2.078.000 sulla Rai (in testa però per le ore in diretta, 1.087.000) e 1.002.000 ore su Sky, probabilmente penalizzata dal non avere serie A e Champions League nel periodo.

Dati generici ma che si raffineranno col tempo e bisogna tener conto della mole di apparecchi da monitorare: le famiglie Auditel sono appunto 16mila, robetta a confronto dei 112 milioni di schermi che entrano in gioco ora (42 milioni di tv più o meno smart, 43 di smartphone, 7 di tablet, 19 di computer e 3 di consolle videogame). Ah, e se qualcuno si inquieterà perché Auditel ha i dati del suo cellulare, sappia che non c'è nessuna violazione della privacy. «Abbiamo avuto la fortuna di lavorare sul progetto dopo che l'Europa ha varato il Regolamento per la protezione dei dati personali, e l'abbiamo rispettato alla lettera. Siccome garantiamo trattamenti completamente anonimi delle informazioni, possiamo utilizzarle senza consenso dell'interessato. Al massimo riceverà un'informativa non vincolante». In sostanza adesso facciamo tutti parte del campione Auditel, sappiatelo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I numeri

● I canali

Nell'arco di 12 anni sono passati da 7 a 420

● Le percentuali

I sei principali editori (Rai, Mediaset, La7, Sky, De Agostini, Discovery) raccolgono l'86,5 % degli ascolti. Netflix, Amazon e Dazn raggiungono il 13.5%



▲ Il cambiamento

Auditel terrà conto anche delle visualizzazioni su tablet, pc e cellulari



Auditel La rivoluzione a metà

GIACOMO GAMBASSI
Milano

Bisogna varcare una porta blindata per entrare. Tanto deve essere protetto il luogo. In una palazzina poco distante dal Duomo di Milano si trova il quartier generale dell'Auditel, la "segreta" società che rileva gli ascolti televisivi in Italia. Poche stanze. Un lungo corridoio. E poco più nel fortino in cui per trentatré anni – tanti ne ha l'Auditel – non sono mai stati ammessi i giornalisti. Perché nessuno può sapere nel dettaglio come si scatta ogni giorno la fotografia della platea tv della Penisola o chi (e dove) siano le 16mila famiglie "campione". Ieri, per la prima volta, la società ha fatto outing. Per raccontare quella che viene definita una «rivoluzione». Ossia, il nuovo sistema che permette di "vedere" chi guarda la tv anche su cellulare, tablet, computer, smart-tv (i televisori collegati a Internet) e console per videogiochi. L'obiettivo resta lo stesso: non certo valutare la bontà o la qualità di un programma, ma vendere pubblicità (e stimare i costi degli spot) in base agli spettatori. Nei canali tradizionali (che arrivano in casa con l'antenna o la parabola) e adesso nel pianeta web. Con limiti evidenti anche sull'audience digitale: vengono misurati via Internet soltanto i video di sei editori (Rai, Mediaset, La7, Sky, DeAgostini e Discovery); si fa riferimento unicamente alle loro piattaforme e a quelle con cui hanno stretto accordi; nessun computo delle clip su YouTube; nessuna mappatura degli ascolti di Netflix, Amazon Prime Video, TimVision & C. «Il nostro sistema è certificato e invita alla trasparenza – sostiene il presidente Auditel, Andrea Imperiali –. Tutti gli altri non dicono neppure quanti siano gli abbonati e basano le inserzioni

pubblicitarie su dati che loro stessi diffondono». Perché quello che conta è lo spot, anche nei filmati web. E il nuovo strumento Auditel è in grado di catturare persino gli ascolti di ogni réclame su Internet («Un primato assoluto», rivendica Imperiali). Non solo. Nel «rispetto della privacy» è possibile conoscere gusti e preferenze dei cyberspettatori. «E poi intercettare un pubblico non abitudinario, in movimento, per lo più giovane», sostiene il presidente di Upa (Utenti pubblicità associati), Lorenzo Sassoli de Bianchi. Ieri sono state diffuse le prime cifre relative alla scorsa settimana. La sfida delle visualizzazioni è stata vinta da Sky (74,3 milioni), seguita da Mediaset (27,2 milioni) e Rai (11,5 milioni). Invece la classifica del tempo dei filmati visti in Rete ha al primo posto Mediaset (2,1 milioni di ore guardate sul web in sette giorni) e al secondo la Rai (2 milioni di ore). Più interessanti i numeri aggregati della tv che va oltre lo schermo di casa. Dal 16 al 22 giugno gli italiani hanno visualizzato 119 milioni di clip dei sei editori, per la metà da cellulari e tablet e per l'altra da computer. Solo l'8% ha riguardato un evento in diretta (come una partita), mentre il 92% sono stati video on-demand. Il picco è all'ora di pranzo e nel primo pomeriggio, poi nel dopocena. Nella settimana le ore di video guardate in Rete sono state 5,6 milioni e, in questo caso, oltre un terzo è stato in diretta. La Rai spicca proprio per le trasmissioni viste in diretta web con 1 milione di ore. «Non possiamo però parlare di spettatori – chiarisce Imperiali – perché i dati attengono ai device e non agli individui. Non sappiamo quante persone si trovino davanti a un cellulare o a una smart-tv». Da settembre anche le App entreranno nella rilevazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Da Auditel ascolti tv sui digital device

di Ester Corvi

La rivoluzione digitale sta modificando le abitudini degli spettatori sia nella scelta dei contenuti sia nelle modalità di fruizione degli stessi (on demand e sempre di più su dispositivi mobili). Per riflettere questi cambiamenti, Auditel ha presentato ieri un nuovo sistema che le permetterà di rendere pubblici ogni giorno anche gli ascolti tv su device digitali (smart tv, smartphone, tablet, pc e console di gioco). Con il tradizionale sistema campionario, Auditel rileva gli ascolti di 191 editori. Con il nuovo sistema censuario rileverà, per ora, gli ascolti di sei editori che rappresentano però l'86,5% del totale ascolto televisivo (De Agostini, Discovery, La7, Mediaset, Rai e Sky). (riproduzione riservata)



«Dati utili per contrastare il potere dei colossi del web»

INTERVISTA

ANDREA IMPERIALI

Le tv si sono mostrate aperte alla sfida. Nel 2021 i dati di «total audience»

Andrea Imperiali, 54 anni, presidente Auditel, non ha dubbi: la nuova rilevazione è «un passaggio decisivo per i broadcaster. Perché senza una piena consapevolezza delle nuove modalità di fruizione e delle possibilità offerte dall'accesso a 112 milioni di schermi il mondo delle tv non può affrontare la sfida con Ott e colossi del web».

Se ne parla però da tre anni. Non arriviamo tardi?

Rispetto ai nostri omologhi internazionali magari sì, ma per implementare questa soluzione abbiamo impiegato 18 mesi. E il risultato ripaga dell'attesa.

Ci sono state resistenze da parte dei broadcaster

Non parlerei di resistenze, ma di una trasformazione epocale per tutta l'industria. La nuova metrica rileva un cambiamento nelle abitudini di fruizione e ha comportato la definizione di aspetti senza precedenti. È naturale l'attenzione da parte di tutti i soggetti interessati. Ma io ho trovato nei broadcaster una grande apertura ad affrontare questa sfida.

La tv ne esce più forte o più debole?

Più forte, ricca e varia.

Rimane il gap della mancata misurazione delle app.

A settembre saranno rilevate. Il gros-

so dei consumi da device è però coperto dall'attuale perimetro.

E per la total audience? Ora manca un dato unico, ma c'è un dato che si aggiunge agli ascolti tradizionali. Il nostro è il primo step di un percorso, ripeto, rivoluzionario. Pensiamo di arrivare a un dato di total audience tra fine 2020 e inizio del 2021.

Ma non si rischia di aumentare la confusione? Ognuno guarderà al singolo dato per dire di aver vinto. Ci sono senz'altro metriche più articolate. Noi faremo la nostra parte cercando di indirizzare al meglio mercato e opinione pubblica a una corretta lettura. Ma credo che in un mercato digitale disordinato e tendenzialmente opaco avere numeri trasparenti e certificati con modalità univoche e condivise porti un contributo di chiarezza.

Possibile un'unione fra Auditel e Audiweb spesso ventilata?

È giusta da parte delle due società la condivisione di asset e approcci, ma credo che rilevino cose diverse e che sia necessario che esistano entrambe.

Con questo step chiudiamo la fase problematica dell'Auditel con Sky e Discovery spesso sull'Aventino?

Si apre una fase nuova, alla fine di anni di lavoro che ci hanno portato ad avere una metrica più trasparente, vigilata, credibile, indipendente.

E l'accusa mossa in passato di essere succubi del duopolio?

Già da tempo abbiamo un Cda che ha in maggioranza i rappresentanti del mercato e non i broadcaster che sono i maggiori azionisti.

—A. Bio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ANDREA IMPERIALI
Presidente di Auditel dal 2016
Il suo secondo mandato è in scadenza nel 2021



Robot, industria al palo

«Serve un piano 4.0»

CARBONIERO (UCIMU)

«Al governo chiediamo di abbandonare la logica dell'intermittenza e rendere immediatamente disponibile un pacchetto strutturale di provvedimenti in materia 4.0, così che le Pmi possano pianificare gli investimenti a medio-lungo termine». Massimo Car-

boniero, presidente di Ucima-Sistemi per produrre, dall'assemblea del settore sollecita un cambio di approccio sull'industria, chiamata ad affrontare un momento difficile: nel 2018 i costruttori di macchine utensili hanno registrato i risultati migliori di sempre, ma ora vivono un'evidente battuta d'arresto, complice il crollo del mercato interno. **Orlando** — a pag. 2

L'industria dei robot è ferma

Mercato interno a crescita zero

Macchine utensili. Dopo un 2018 da record, le previsioni Ucima-Sistemi anticipano per fine anno un leggero incremento della produzione soltanto grazie ai progressi garantiti dalle esportazioni

Luca Orlando

«Guardi, il budget iniziale prevedeva una crescita del 10%. Ma a questo punto sarà un bel successo chiudere sui livelli dello scorso anno». «I nuovi ordini? In picchiata da qualche mese: per ora si lavora con il fieno che avevamo messo in cascina nei mesi scorsi. Ma il vero problema, se non cambia il vento, sarà il 2020». «Le commesse cedono il 30%. Del resto, proseguire lungo il trend dello scorso anno era davvero difficile. Fino alla fine del 2019 siamo tranquilli, poi si vedrà».

Le voci potrebbero moltiplicarsi, anche se in realtà non aggiungerebbero nulla di radicalmente diverso rispetto ai racconti di Giancarlo Losma, Luigi Galdabini e Mauro Biglia.

Imprenditori delle macchine utensili che pur da segmenti di mercato distinti e da territori diversi osservano e sperimentano il medesimo contesto: quello di un business che in termini di crescita si è fermato, in particolare in Italia.

Le previsioni più recenti dell'associazione di categoria, Ucima-Sistemi per Produrre, lasciano spazio a pochi equivoci, anticipando per fine anno un "avanti adagio" della produzione soltanto grazie ai progressi garantiti dall'export, mentre per il mercato interno è ipotizzata una crescita zero. In passato una sorta di standard, una vera novità invece rispetto ai risultati degli ultimi anni, caratterizzati da consumi interni di macchine utensili passati

in appena un triennio da 3,3 a 5,2 miliardi di euro, il top di sempre.

Certo, proseguire nel trend roboante del precedente biennio era difficilmente ipotizzabile, tenendo conto non solo di un naturale assestamento dopo la corsa a doppia cifra degli investimenti in robot e macchinari, ma soprattutto di un contesto interno ed internazionale radicalmente diverso rispetto al passato recente. L'indice di fiducia delle imprese manifatturiere, in calo costante dallo scorso luglio, rappresenta la spia più evidente di un pessimismo diffuso e crescente tra le imprese, già peraltro tradotto in una frenata complessiva degli investimenti. Registrata, così evidenza l'ultimo sondaggio regionale di Bankitalia, persino nel motore manifatturiero del Paese, la Lombardia.

Se sul rallentamento del commercio internazionale il Governo italiano può evidentemente incidere poco o nulla, è sul fronte interno che le imprese chiedono un cambio di passo (si veda altro articolo in pagina), in modo da sostenere la domanda interna rilanciando le prospettive di crescita.

«Essere la seconda potenza manifatturiera d'Europa - ha ricordato nel corso dell'assemblea di Ucima il presidente di Confindustria Vincenzo Boccia - non è un dono certo e garantito, piuttosto una posizione che l'Italia deve conquistare ogni

giorno. In un contesto peraltro sempre più difficile, visto che gli altri paesi corrono».

Corsa che peraltro ha senza dubbio caratterizzato il settore negli ultimi anni, con una produzione arrivata a nuovi record assoluti (supererà per la prima volta i sette miliardi di euro alla fine dell'anno) grazie ad una rivoluzione copernicana nei mercati di sbocco, con la domanda interna a prendere in modo prepotente il testimone della crescita a scapito dell'export. Che dal 2010 al 2015 aveva invece rappresentato l'ancora di salvezza delle imprese.

L'anno dei record, il 2018, consolida ad ogni modo la posizione dell'Italia delle macchine utensili nel panorama mondiale, dove in termini di produzione confermiamo la quarta posizione assoluta, alle spalle di Cina, Germania e Giappone. Pechino che invece superiamo di una manciata di milioni in termini di export, con l'Italia dei robot sul podio delle vendite internazionali alle spalle unicamente di Germania e Giappone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il comparto registrerà alla fine dell'anno il superamento della soglia dei sette miliardi di euro

LE RICHIESTE DI UCIMU

1 Piano stabile Industria 4.0
L'Ucimu chiede un piano unico strutturale per Industria 4.0 che renda stabili gli incentivi, superando la logica della rinegoziazione ad ogni legge di bilancio

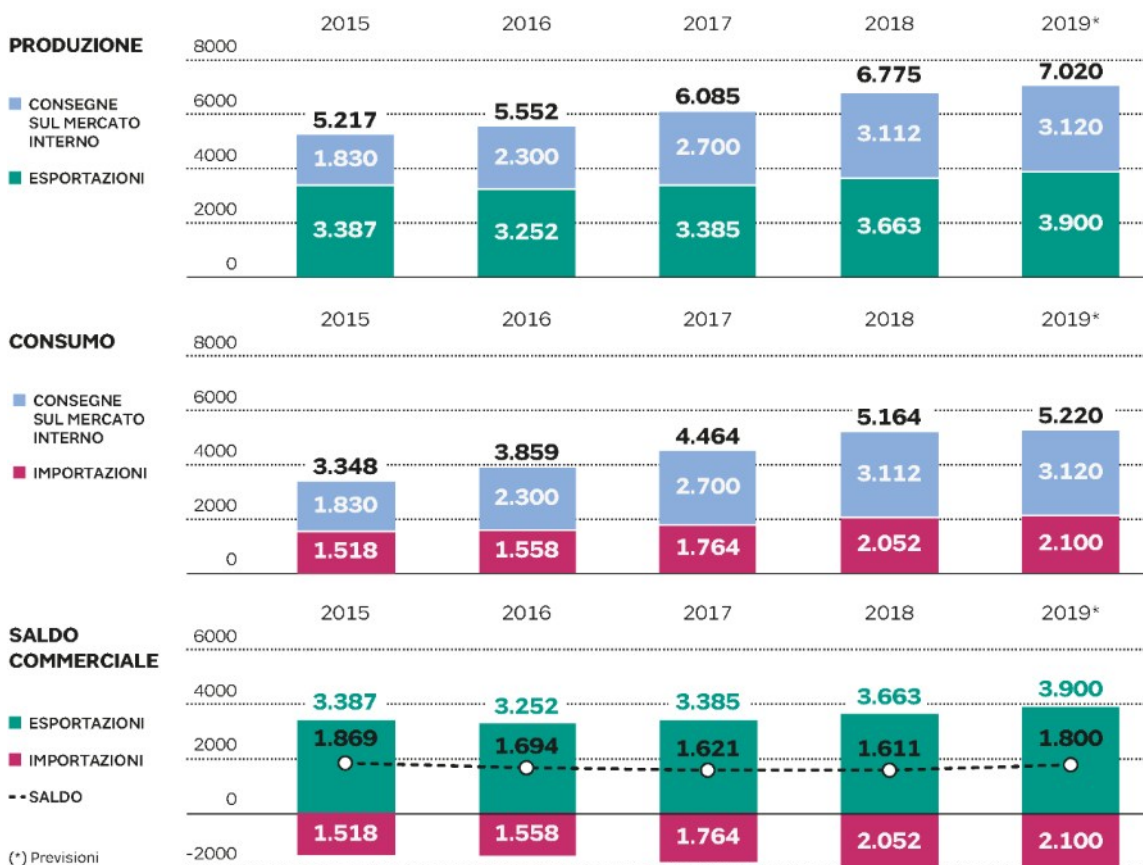
2 Esenzione contributiva
Ulteriore richiesta dell'Ucimu al Governo è quella relativa all'esenzione contributiva per tre anni per i neo assunti con meno di trent'anni

3 Credito d'imposta
Confermare il credito di imposta sulla formazione anche per il 2020, modificando l'impianto per tenere conto degli esborsi reali delle imprese

4 Istituti tecnici superiori
Incrementare la presenza di questa tipologia di scuole nelle aree a maggiore vocazione industriale

Bilancio e previsioni

Dati in milioni di euro



(*) Previsioni

BLOOMBERG

I valori.

Il mercato italiano delle macchine utensili, grazie alle performance registrate lo scorso anno, consolida la quarta posizione al mondo, alle spalle di Cina, Germania e Giappone



Il doppio blitz che taglia i fondi 4.0 e per il venture capital

In ritardo la Sgr per il capitale di rischio, al palo la Fondazione per l'hi-tech

Carmine Fotina

ROMA

Del Fondo per il capitale immateriale ed il trasferimento tecnologico 4.0 è rimasta solo la bozza di un regolamento. Del super Fondo per il venture capital, invece, per ora c'è solo uno striscione su un edificio in ristrutturazione a Roma, in largo di Santa Susanna: «Stiamo lavorando alla sede del Fondo nazionale innovazione». Mentre le classifiche Ue continuano a definirci innovatori «moderati», non ancora capaci di avanzare significativamente, le risorse vengono tagliate. La ricerca 4.0 va a finanziare i Comuni e la quota degli utili e dividendi delle partecipate del Tesoro destinata agli investimenti statali in venture capital viene ridotta - potenzialmente cancellata - per migliorare i saldi di finanza pubblica.

Il «Fondo per interventi volti a favorire lo sviluppo del capitale immateriale, della competitività e della produttività» era stato istituito con la legge di bilancio 2018 (governo Gentiloni) per promuovere iniziative connesse alle nuove tecnologie 4.0: progetti di ricerca, brevettazione e supporto al trasferimento dei risultati verso il sistema economico coinvolgendo università, Cnr, imprese private e soggetti pubblici che a vario titolo operano nel settore dell'innovazione e possono investire nelle startup come l'Inail o l'Istituto italiano di tecnologia. La dote? un ricco plafond di oltre 2,3 miliardi spalmati fino al 2030. A maggio del 2018 si decide che a gestire il fondo debba essere una Fondazione vigilata dal ministero dell'Economia, il regolamento sotto forma di Dpr passa il primo esame in consiglio dei ministri e viene poi inoltrato al Consiglio di Stato. Ma l'iter, che dovrebbe essere completato con i pareri del ministero dello Sviluppo e dell'Istruzione, si blocca. Nel frattempo il

governo cade, arriva la maggioranza Lega-M5S e il Fondo inizia a essere usato alla stregua di un bancomat. Il 19 dicembre, nel pieno della trattativa con la Ue per scongiurare la procedura di infrazione, il premier Giuseppe Conte annuncia il restyling dei saldi della legge di bilancio e tra i vari tagli compare anche il nuovo strumento per il capitale immateriale. Inizialmente si parla di 75 milioni nel 2019 e 25 milioni nel 2020, poi nella versione definitiva la manovra cancella 40 milioni. Ma è il decreto crescita, che dovrebbe essere approvato definitivamente domani dal Senato, a mettere probabilmente la parola fine sulla Fondazione con una serie di comi che dirottano la dote ai Comuni (si veda Il Sole 24 Ore del 18 giugno). Non c'è solo il prelievo di 490 milioni spalmato fino al 2023, ma anche la disposizione che prevede l'impiego di tutte le risorse per contributi dal 2020 che risultino non ancora impegnate al 1° aprile 2019. In pratica il prosciugamento del Fondo.

E dire che la Fondazione immaginata due anni fa avrebbe dovuto anche curare «le relazioni con il sistema del venture capital». Per rilanciare il capitale di rischio in Italia il nuovo governo ha puntato invece a un disegno alternativo, con il famoso Fondo nazionale innovazione che dovrà nascere con l'acquisizione da parte della Cassa depositi e prestiti del 70% di Invitalia Ventures Sgr. Ma nel silenzio generale, con poche parole inserite alla Camera nel decreto crescita, anche il piano per il venture capital è stato defianziato. La norma che originariamente prevedeva di destinare a investimenti dello Stato in capitale di rischio gli utili e i dividendi delle partecipate del Mef «in misura non inferiore al 15%» (si stimavano circa 400 milioni) è stata in extremis trasformata con la formula «fino al 10%», che potenzialmente può significare anche un mero 0,1%.

Così al Fondo Innovazione restano solo i 110 milioni di risorse

dirette stanziare in manovra, i 400 milioni di risorse già esistenti e provenienti da Invitalia Ventures e i 500 milioni di investimenti in Vc che la Cassa si è impegnata a travasare nel nuovo strumento. In attesa che, finalmente, decolli.

Il ministro dello Sviluppo Luigi Di Maio, che ne ha fatto una delle priorità di politica industriale, aveva annunciato la partenza prima a maggio, poi a giugno. All'inizio del mese è arrivata l'autorizzazione di Banca d'Italia alla nuova Sgr, ma mancano ancora due passaggi: la controfirma del Mef al decreto Mise che regola gli investimenti dello Stato in quote di fondi di venture capital e la convenzione tra lo stesso ministero dello Sviluppo, Invitalia e Cdp.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL FONDO INNOVAZIONE

Il miliardo disponibile

Al Fondo Innovazione restano solo i 110 milioni di risorse dirette stanziare in manovra, i 400 milioni di risorse già esistenti e provenienti da Invitalia Ventures e i 500 milioni di investimenti in Vc che la Cassa si è impegnata a travasare nel nuovo strumento.

Partenza rinviata

Il ministro dello Sviluppo Luigi Di Maio aveva annunciato la partenza prima a maggio, poi a giugno. All'inizio del mese è arrivata l'autorizzazione di Banca d'Italia alla nuova Sgr, ma mancano ancora due passaggi: la controfirma del Mef al decreto Mise che regola gli investimenti dello Stato in quote di fondi di venture capital e la convenzione tra lo stesso ministero dello Sviluppo, Invitalia e Cdp



LE RIDUZIONI PER GLI STRUMENTI DELL'INNOVAZIONE**2,3**
MILIARDI**RICERCA 4.0**

Il "Fondo per interventi volti a favorire lo sviluppo del capitale immateriale, della competitività e della produttività" era stato istituito dalla manovra 2018 con una dote di oltre 2,3 miliardi spalmati fino al 2030.

10%
LA QUOTA**VENTURE CAPITAL**

Per gli investimenti dello Stato in fondi di capitale di rischio si potranno usare gli utili e i dividendi delle partecipate del ministero dell'Economia «fino al 10% e non più «in misura non inferiore al 15%»

STORY-LEARNING

L'occhio del robot salva l'uomo e i suoi affari

I sistemi di ispezione visiva di Antares Vision sono in grado di intercettare corpuscoli fino a un diametro di 30 micron, grazie anche alle reti neurali. Una capacità preziosa nell'industria farmaceutica e alimentare, ma non solo

di Riccardo Venturi

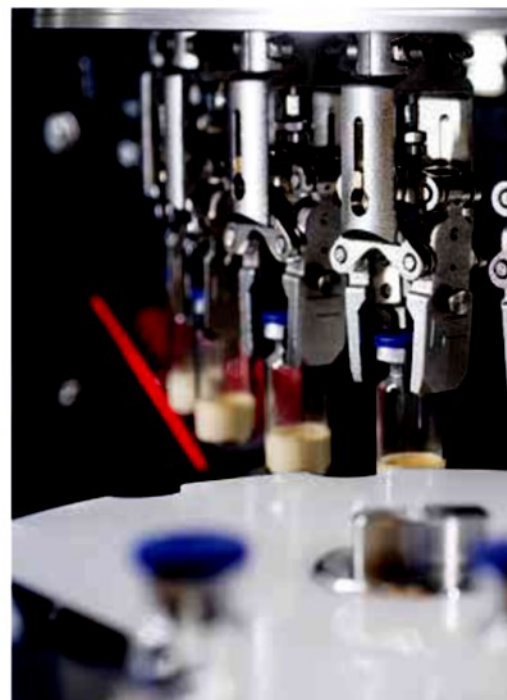
Ci sono pericoli che sono invisibili all'occhio umano. Come un minuscolo frammento di vetro finito per errore in una fiala iniettabile, che può avere conseguenze gravissime. I sistemi di ispezione visiva di Antares Vision sono in grado di intercettarlo: vedono corpuscoli fino a un diametro di 30 micron. Così la fiala può essere eliminata prima di provocare danni. L'azienda italiana in poco più di dieci anni di vita è diventata leader globale del suo settore, partner di 10 dei 20 principali gruppi farmaceutici al mondo in oltre 60 paesi, con oltre 2500 linee installate e un fatturato 2018 di 118 milioni. «Ogni prodotto nella sua fase di creazione e di confezionamento deve essere controllato, in modo che ne sia garantita la qualità e la conformità» dice Emidio Zorzella, presidente e ad di Antares Vision, «una volta i controlli venivano svolti a campione dall'uomo, ma oggi per rispondere a normative sempre più esigenti si utilizzano sistemi di visione con telecamere intelligenti, che emulano l'occhio e il cervello umano. Inoltre aggiungono altre funzionalità, come quelle offerte dai raggi infrarossi, permettendo di assicurarsi al 100% che i prodotti siano privi di impurità e confezionati correttamente». Questi sistemi sono sempre più diffusi specie nell'industria farmaceutica, ma si stanno espandendo anche in altri settori. Per esempio quello del beverage, grazie alla velocità di esecuzione. «È possi-

LA MACCHINA DI ANTARES VISION RAGIONA COME L'UOMO: PER QUESTO L'AZIENDA HA VINTO IL PREMIO EUROPEO HORIZON 2020

bile controllare fino a 70mila bottiglie all'ora, più di 20 al secondo, 24 ore su 24 con un'affidabilità costante, mentre l'attenzione dell'uomo va a scemare con il passare delle ore di lavoro» sottolinea Zorzella. Oggi l'intelligenza artificiale (IA) applicata ai sistemi di elaborazione delle immagini sta espandendo le possibilità dei sistemi di ispezione visiva. «Due anni fa abbiamo introdotto una macchina con una tecnologia disruptiva» racconta l'ad di Antares Vision, «in grado di verificare la qualità dei prodotti farmaceutici liofilizzati iniettabili, che avendo una morfologia sempre diversa sfuggivano alle capacità dei sistemi di visione: solo un occhio umano esperto riusciva a riconoscere se il prodotto era

corretto. Ma con l'IA siamo riusciti a istruire la macchina a ragionare come un uomo, utilizzando le reti neurali. Per questo abbiamo vinto il premio europeo Horizon 2020, riconosciuto anche negli Usa».

Antares Vision è stata fondata nel 2007 da due amici laureati in ingegneria, l'attuale presidente e a.d. Emidio Zorzella (nella foto della pagina a lato) e Massimo Bonardi, anche lui a.d., che hanno intuito le potenzialità delle tecnologie di visione artificiale in tema di sicurezza dei prodotti. Oltre che nei sistemi di ispezione visiva, l'azienda bresciana è leader nelle soluzioni di tracciatura e gestione intelligente dei dati. Ha creato non solo il primo sistema di ispezione integrato sulle macchine di confezionamento dei far-



maci realizzato con telecamere intelligenti, ma anche il primo impianto di serializzazione certificato in Europa e il primo modulo compatto di tracciatura al mondo che integra funzioni di packaging avanzate. «Dopo che abbiamo ispezionato la qualità del prodotto, siamo sicuri che è genuino, congruente, confezionato correttamente, un altro rischio si presenta nella filiera distributiva» argomenta Zorzella, «quello che siano introdotti prodotti contraffatti, come spesso accade con il finto made in Italy. Per questo abbiamo introdotto a partire dall'industria farmaceutica, che è sempre un po' più avanti rispetto agli altri settori, sistemi di rintracciabilità del prodotto. In fase di confezionamento contrassegniamo ogni prodotto con un numero seriale non replicabile, rendendolo un unicum che nasce controllato, ispezionato e serializzato, quindi seguito in tutta la filiera fino al consumatore». Il codice è leggibile da smartphone: in questo modo il consumatore è sempre più in condizione di verificare l'originalità del pro-



Il sistema di controllo di Antares Vision si basa su robotica e intelligenza artificiale

così, oggi si stanno facendo sperimentazioni. Si tratta di mettere d'accordo tutti gli operatori per usare una piattaforma condivisa, un compito proprio degli enti regolatori. Ci potranno essere anche interscambi finanziari, con una parte del trasferimento economico del valore: oggi è ancora prematuro ma è un'evoluzione futura plausibile». Antares Vision ha attirato l'attenzione di Sargas, finanziaria costituita ad hoc da un pool di imprenditori capitanati da Guido Barilla, che nell'agosto del 2018 ha siglato un aumento di capitale, investendo 40 milioni di euro ed entrando così nel 15% delle quote. Per sostenere e accelerare il percorso strategico di crescita, Antares Vision ha deciso di procedere ad un'operazione di business combination con Alpi, Spac promossa da Mediobanca, che lo scorso 18 aprile l'ha portata a quotarsi in Borsa sul mercato Aim Italia. «Abbiamo sedi in Francia, Germania, Stati Uniti, Brasile, India, Corea del Sud»

dotto, quali processi qualitativi sono stati adottati, da dove vengono gli ingredienti. «Pensiamo che i brand migliori vorranno rendere fruibili queste informazioni, creando così un circolo virtuoso» rimarca l'a.d. di Antares Vision, «quando il prodotto uscirà dallo stabilimento avrà due valori: il prodotto in sé e i dati che lo accompagnano. Si può quindi immaginare quale mole di dati andrà a essere collezionata da ogni produttore. Sarà ancora una volta l'intelligenza artificiale che permetterà di analizzare i dati e trarne valore, così da dare informazioni utili sulla gestione dei processi produttivi, per ottimizzare gli stock e abbatter gli sprechi». Questo permetterà anche di richiamare un singolo prodotto nel caso si riscontrasse un problema in produzione, senza creare rumore e conseguenti problemi reputazionali per il brand. In questo quadro la blockchain «può essere quella piattaforma condivisa dagli operatori della filiera dove poggiare e condividere queste informazioni in modo sicuro» evidenzia Zorzella, «non è ancora

mette in evidenza l'a.d., «ci stiamo preparando per la Cina, che sta introducendo sistemi analoghi. Vogliamo essere un player di riferimento mondiale nella protezione del prodotto in tutto il suo ciclo di vita, da quando nasce, quindi dagli ingredienti, al confezionamento, la logistica, lo stoccaggio, la distribuzione al consumatore, il riciclo. Le nostre tre tecnologie permettono di seguire tutto il percorso».

Dopo il farmaceutico, il settore più rapido nell'introduzione di queste nuove metodologie è l'alimentare, per via delle tematiche di sicurezza; ma anche quelli dove c'è maggior valore aggiunto, dal cosmetico al lusso. Antares Vision ha un polo di ricerca nella Silicon Valley europea dell'intelligenza artificiale, in Irlanda nella città universitaria di Galway. Ma produce solo in Italia: «Forniamo soluzioni che hanno nella qualità il loro valore aggiunto, e riteniamo che la migliore qualità la riusciamo a ottenere lavorando con la filiera produttiva italiana, che nei settori dell'automazione industriale e del packaging è leader nel mondo. Ci vogliono le migliori competenze per offrire le migliori soluzioni» conclude Zorzella.



**CI VOGLIONO
LE MIGLIORI
COMPETENZE
PER OFFRIRE
AI CLIENTI
LE MIGLIORI
SOLUZIONI**

SCONTRINO FISCALE ELETTRONICO, COME ADEGUARSI

Dopo la fattura, anche lo scontrino diventa elettronico per i commercianti al minuto, gli artigiani ed i prestatori di servizio. E per l'adeguamento tecnologico è previsto un credito d'imposta pari a metà della spesa sostenuta

di Giuseppe Capriuolo



cazione e teleradiodiffusione effettuati nei confronti di privati.

Il Decreto in parola stabilisce, inoltre, l'esonero per tutti i soggetti:

- che effettuano prestazioni di trasporto pubblico collettivo di persone e di veicoli, per le quali il biglietto di trasporto assolve alla funzione di certificazione fiscale;
- che effettueranno, fino al 31 dicembre 2019, operazioni marginali, ovvero i cui ricavi o compensi non siano superiori all'1% del volume d'affari del 2018;
- che effettuano operazioni a bordo di navi, aerei o treni nel caso di trasporti internazionali - trattandosi generalmente di operazioni carenti del requisito di territorialità.

Per tutti i soggetti non interessati dal nuovo regime, resteranno fermi gli obblighi tradizionali di documentazione delle operazioni economiche mediante emissione di scontrino o ricevuta fiscale, ed annotazione dei corrispettivi nel relativo registro.

Per tutti i soggetti non interessati dal nuovo regime, resteranno fermi gli obblighi tradizionali di documentazione delle operazioni economiche mediante emissione di scontrino o ricevuta fiscale, ed annotazione dei corrispettivi nel relativo registro.

Le sanzioni

Nel corso della trasmissione Rai Parlamento del 4 giugno 2019, gli addetti ai lavori hanno auspicato, se non una proroga dello scontrino elettronico, almeno un periodo di moratoria sulle sanzioni nella fase di avvio dei corrispettivi telematici.

I casi di mancata memorizzazione, omissione della trasmissione o memorizzazione e trasmissione di dati incompleti o inesatti, ricordiamolo, sono puniti:

- con una sanzione monetaria pari al 100% dell'imposta relativa all'importo non correttamente documentato;
- con la sospensione della licenza o dell'autorizzazione all'esercizio dell'attività da un minimo di 3 giorni fino ad un massimo di un mese, in caso di recidiva.

L'art. 17 del D.L. n. 119 del 2018, dispone il graduale superamento del regime opzionale di memorizzazione elettronica e trasmissione telematica dei corrispettivi, introducendo l'obbligatorietà del regime per i soggetti operanti nel commercio al minuto o in attività assimilate. Dal 1° luglio 2019 l'obbligo è scattato per i soli contribuenti con volume d'affari superiore a 400.000 Euro, mentre dal 1° gennaio 2020, quando la normativa sarà a regime, saranno obbligati tutti i soggetti di cui all'art. 22 del Testo

CON LUGLIO L'OBBLIGO SCATTA PER CHI HA UN GIRO D'AFFARI SUPERIORE AI 400MILA EURO. MA DAL 2020 L'OBBLIGO SCATTERÀ PER TUTTI

Entrate e fruibile su dispositivi mobile.

Le agevolazioni fiscali

Per l'adeguamento tecnologico reso necessario dalla nuova normativa sullo scontrino fiscale è previsto il riconoscimento ai contribuenti di un credito di imposta pari al 50% della spesa sostenuta per l'acquisto o l'adattamento tecnologico dei misuratori fiscali già in dotazione, fino ad un massimo

per ciascun dispositivo di 250 euro, in caso di acquisto, e di 50 euro, in caso di modifiche.

Le fattispecie di esonero

Il Decreto del Ministero dell'Economia e delle Finanze datato 10 maggio 2019 individua le fattispecie temporaneamente esonerate dall'obbligo di memorizzazione elettronica e trasmissione telematica dei dati dei corrispettivi giornalieri, tra cui le cessioni di tabacchi, di giornali e quotidiani periodici e di alcun prodotti agricoli nonché i servizi di stampa e recapito dei duplicati di patente, i servizi elettronici e i servizi di telecomuni-

Unico IVA. In assenza di obbligo, resterà ferma la possibilità di procedere agli adempimenti telematici su base volontaria.

La memorizzazione elettronica e la trasmissione telematica dei dati dei corrispettivi giornalieri potrà essere effettuata mediante l'utilizzo di registratori telematici o di server telematici, sostituendo o adattando gli attuali misuratori fiscali.

In alternativa, l'adempimento potrà essere realizzato mediante l'utilizzo una procedura web disponibile sul sito dell'Agenzia delle

Fastweb e Wind Tre, accordo per lo sviluppo delle reti 5G

TLC

Vengono messe in sinergia frequenze e infrastrutture: l'intesa durerà 10 anni

Risposta all'alleanza Tim-Vodafone, ma non ci sarà una società unica delle torri

Andrea Biondi

Fastweb e Wind Tre fanno fronte comune per lo sviluppo delle proprie reti 5G. Le due compagnie hanno siglato un accordo strategico per mettere insieme le forze nella realizzazione della rete di nuova generazione.

Non è un matrimonio come spesso si è ventilato in passato. Ma l'accordo è certamente di peso e avrà una durata di 10 anni. È comunque soggetto, spiegano le due compagnie in una nota, «all'approvazione della autorità competenti». Insomma, ci vorranno almeno 150 giorni nei vari passaggi fra Mise, Agcom e Antitrust per dare concreta attuazione a quella che, nei fatti, è una risposta al fronte comune Tim-Vodafone. In quest'ultimo caso c'è anche (e soprattutto) sul tavolo la condivisione dell'infrastruttura passiva in un'unica società delle torri. Wind Tre e Fastweb mettono in sinergia forze e asset.

Innanzitutto le frequenze. Nell'asta per l'assegnazione Wind Tre ha staccato un assegno da 516,5 milioni contro i 32,6 milioni di Fastweb (2,4 miliardi ciascuno per Tim e Vodafone e 1,2 per Iliad). Fastweb si è aggiudicata un blocco nelle frequenze millimetriche, come Wind Tre. Ma la controllata di Hutchison ha anche acquisito un blocco di frequenze nella banda 3,6-3,8. Dal canto suo la

controllata di Swisscom ha a disposizione le frequenze che aveva in pancia Tiscali.

E così, con le aziende che rimarranno indipendenti, l'accordo di condivisione delle frequenze darà alle due telco la possibilità di accelerare la realizzazione della nuova rete. In questo quadro Fastweb metterà a disposizione la sua rete in fibra necessaria per collegare le antenne del 5G (il cosiddetto backhauling). Dall'altra parte Wind Tre, come spiegato in una nota «fornirà progressivamente a Fastweb servizi di roaming sulla propria rete (4G e tecnologie precedenti) che così estenderà a livello nazionale la copertura dei propri servizi mobili».

Passaggio, questo, importante, visto che al momento l'attività di operatorie mobile virtuale (Mvno) Fastweb la svolge su rete Tim. A tendere quindi passerà su Wind Tre che invece da Fastweb avrà l'accesso wholesale alla propria rete Fttc e Fttb. Insomma, un'aggiunta rispetto alla rete Tim, di cui Wind Tre si serve come Olo, oltre a quella Open Fiber con cui la controllata di Hutchison ha stretto un accordo. «L'accordo con Wind Tre – commenta Alberto Calcagno, ad di Fastweb – è un passaggio fondamentale nell'esecuzione della nostra strategia di diventare il principale operatore convergente fisso-mobile». Il tutto «aggiungendo un altro cliente così importante» nell'attività wholesale. «La condivisione dei nostri rispettivi asset – è il commento del ceo di Wind Tre, Jeffrey Hedberg – ci consentirà di accelerare ulteriormente il piano per "re-inventare" Wind Tre, abilitando i servizi 5G e le nuove applicazioni». Questo accordo, inoltre «consolida il ruolo e la responsabilità di Wind Tre nella costruzione di un ecosistema 5G».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



DIGITALE, FLESSIBILE E 5G: IL FUTURO PROSSIMO DI TIM

Il responsabile IT dell'operatore telefonico spiega a Economy i piani di trasformazione digitale attraverso la nuova piattaforma "future proof" Enterprise Big Data sviluppata in collaborazione con Dell EMC Italia

di Sergio Luciano

Nell'era dell'industria 4.0, Tim sta affrontando le sfide della trasformazione Digital. Una grande azienda con trenta milioni di clienti, con una forte anima digitale e l'esigenza, costante, di evolvere seguendo, anzi precedendo, l'evoluzione digitale: «Sì, noi siamo così, perché Tim è un'azienda con una grande tradizione da valorizzare ma insieme l'esigenza di costruire ogni giorno il futuro», dichiara Raimondo Zizza (nella foto a lato), responsabile Information Technology di Tim.

«Tim ha già da un po' avviato il suo percorso verso la Digital Telco e l'IT supporta l'evoluzione dell'azienda passando da centro di costo a leva competitiva con una nuova piattaforma *future proof* che affianca l'architettura dei servizi core per garantire velocità, flessibilità, scalabilità e apertura verso l'ecosistema digitale. La chiave di volta è la collaborazione attiva con le linee di Business per avanzare all'unisono verso gli obiettivi di Tim».

«Dopo la prima rivoluzione industriale che introduceva le macchine a vapore, la seconda l'elettricità e la terza il personal computer, dobbiamo cavalcare le opportunità le-

gate al profondo cambiamento apportato dall'era digitale», ci dice Raimondo Zizza. «L'era digitale sta radicalmente cambiando l'industria delle telecomunicazioni - aggiunge - se da un lato gli operatori tendono a mantenere la competitività acquisita sui servizi di telecomunicazione tradizionali ottimizzando i propri costi interni, dall'altro è necessario migliorare il servizio e garantire la product leadership attraverso il

**VELOCITÀ, FLESSIBILITÀ, SCALABILITÀ
E APERTURA VERSO L'ECOSISTEMA
DIGITALE: COSÌ L'IT PASSA DA CENTRO
DI COSTO A LEVA COMPETITIVA**



lancio di nuovi servizi».

Tim ha avviato un programma di radicale trasformazione verso la Digital Telco.

L'Information Technology gioca un ruolo fondamentale nel viaggio di Tim e affronta un momento molto complesso ed al con-

tempo molto stimolante, in cui le sfide riguardano sia il fronte della semplificazione e razionalizzazione dell'archi-

tettura dei sistemi a supporto dei servizi tradizionali, sia quello di innovazione con un'architettura future proof in grado di sostenere le nuove sfide di business, il tutto in tempi molto ridotti. «Per dirla con un'immagine - ci spiega Zizza - stiamo cercando di cambiare i motori dell'aereo mentre l'aereo è in volo! E non possiamo certo fermarci!»

«L'architettura che ho trovato in Tim due anni fa infatti - ci racconta Zizza - risultava



**L'INFORMATION
TECHNOLOGY GIOCA
UN RUOLO
FONDAMENTALE
IN UN MOMENTO
MOLTO COMPLESSO
E AL CONTEMPO
STIMOLANTE**

stratificata e ridondante, e presentava limiti strutturali in termini di time to market. Per tale motivo abbiamo affiancato allo stack legacy una nuova architettura a microservizi. La piattaforma di Enterprise Big Data è stata utilizzata come confine tra il mondo legacy e quello digital. La costruzione del layer Enterprise Big Data è stata fatta in collaborazione con Dell EMC Italia, nostro partner sia per l'infrastruttura Big Data, sia nella nuova Service Delivery Platform».

«Volete sapere che risultati abbiamo ottenuto? - ci chiede il manager. Abbiamo realizzato la nuova App di Tim in soli 6 mesi e la valutazione è la più alta in termini di rating tra le App delle telco italiane sugli store online, con un punteggio di 4,5 siamo in cima alla classifica con un distacco di 3 punti rispetto alla vecchia App. Naturalmente sulla base dei big data abbiamo sviluppato anche capacità predittive - spiega ancora Zizza - utilizzando informazioni che sono, come si dice in gergo, 'near real time', cioè appena arrivano nei sistemi possono già essere utilizzate, e dunque lavoriamo su dati freschi, che danno qualità alla capacità predittiva del sistema dei comportamenti del cliente e velocizzano la gestione degli eventuali guasti».

«Un altro grande traguardo è l'integrazione con gli assistenti virtuali di Amazon e Google: già da qualche tempo infatti è possibile connettersi con Alexa e Google per avere informazioni

IL MIGLIORAMENTO DELL'INTERAZIONE TRA NEGOZI E CANALI SELF COME WEB E APP HA CONSENTITO DI INCREMENTARE VENDITE E CUSTOMER SATISFACTION

su offerte e credito ed effettuare ricariche e pagamento della fattura della linea fissa. E sapete quanto tempo ci abbiamo messo con la nuova architettura? Solo cinque giorni!».

Zizza aveva avuto modo di collaudare questo tipo di metamorfosi già qualche anno fa in Brasile, dove, sempre su soluzioni Dell Technologies, aveva costruito una nuova architettura tecnologicamente innovativa in cui i dati hanno funzionato da abilitatori della strategia di Business customer cen-

I PROGETTI "TANGIBILI" CON DELL TECHNOLOGIES

Si parla tanto di digital e di business transformation; quanto realizzato da TIM in Italia è una eccellenza e dimostra come Dell Technologies abbia l'approccio e gli asset adatti per cogliere la sfida del 5G e realizzare progetti tangibili, verificabili e fonte di orgoglio come questo. Il 5G porterà alla nascita della prima architettura di rete end-to-end completamente definita dal software; l'implementazione di nuove applicazioni infatti

richiede di requisiti - latenza, larghezza di banda, capacità, copertura, archiviazione e disponibilità dei dati in tempo reale - tali da avere un impatto dirompente nel modo di progettare l'architettura delle reti: una trasformazione digitale che riguarderà non solo l'ambito informatico, ma anche quello della forza lavoro e della sicurezza, dal momento che si potranno scambiare in modo più rapido ed economico enormi volumi di dati

grazie a soluzioni di intelligenza artificiale e automazione. In quanto più importante provider di infrastrutture al mondo, Dell Technologies è in grado di offrire soluzioni di prossima generazione grazie alla collaborazione con fornitori di servizi, di tecnologia, di reti e tutti gli attori del settore per continuare a sviluppare soluzioni in grado di rispondere alla necessità di una comunicazione end-to-end sempre in crescita.

tric, consentendo di innovare sia l'interazione con i clienti migliorando l'esperienza di fruizione, sia la qualità dei servizi. «In Italia non c'è ancora nulla di simile, forse esiste un'unica esperienza analoga in tutta Europa».

«Le scelte tecnologiche adottate stanno dando luogo ad una piattaforma future proof omnicanale e aperta, ossia pronta all'integrazione di nuove componenti o ecosistemi che saranno dettati dai modelli che il Business persegue per creare nuove opportunità

nei mercati adiacenti. In tale direzione stiamo anche introducendo soluzioni basate sull'intelligenza artificiale - precisa ancora Raimondo Zizza - per anticipare e gestire in modalità self-care le attività di post vendita del cliente. Insomma: la rivoluzione digitale è in atto, e mentre comprimiamo i costi, stiamo anche ottimizzando i servizi affinché Tim resti l'operatore di riferimento per i suoi clienti. La chiave di volta è migliorare l'interazione con loro che non è più solo nel negozio, ma continua attraverso

so i canali self, web e App».

Quanto al risultato, «Non posso dare cifre», spiega Raimondo Zizza a Economy, «ma posso dirvi che per esempio le vendite di servizi in fibra via web hanno avuto mese dopo mese un incremento molto significativo, e lo stesso stiamo riscontrando con la diffusione della nuova App».

«E il bello - aggiunge - è che prima dell'implementazione dei nuovi sistemi, l'incremento dell'utenza richiedeva un costante scale-up (cioè incremento dimensionale) dei sistemi per gestire il carico elevato, mentre oggi quest'ampliamento della capacità di calcolo è automatico: "Pensate che l'infrastruttura realizzata ci ha permesso di passare da poche migliaia di utenti della App agli attuali 6 milioni senza intervenire sugli apparati», sottolinea Zizza.

«Il nostro viaggio è ancora lungo», conclude responsabile IT Information Technology di Tim, «ma abbiamo posto le basi stabili per affrontare qualsiasi futuro e se il futuro si chiama 5G, con questa architettura intelligente, costruita da Tim con le soluzioni Dell Technologies, siamo già un "futuro prossimo"».

LA NOMINA**IL NUOVO AD DI SKY ITALIA****A Santa Giulia
si apre la stagione
di Maximo Ibarra**

In Sky Italia si apre ufficialmente la stagione di Maximo Ibarra che dall'1 ottobre sarà il nuovo ceo.

La comunicazione della pay tv, passata dalla galassia Murdoch all'americana Comcast alla fine dello scorso anno, ha dato così ufficialità a un rumor che circolava da tempo, ma che ha avuto un'accelerazione proprio nella mattinata di ieri quando Kpn, incumbent olandese delle tlc, ha reso note le dimissioni di Ibarra da ceo. Dimissioni «per motivi familiari e tornerà in Italia dove assumerà un nuovo ruolo esecutivo» aveva scritto la compagnia di Rotterdam sottolineando che «saranno effettive a partire dal 30 settembre 2019: Ibarra continuerà quindi a lavorare nei prossimi tre mesi nella società di telecomunicazioni olandese per assicurare un'efficace passaggio di consegne al suo successore che deve essere ancora identificato».

Ibarra sarà in forze in Sky dall'1 ottobre «riportando – si legge in una nota – ad Andrea Zappia, che dallo scorso novembre è alla guida dell'area europea continentale di Sky». Con una sua nota di commento Ibarra si è dal canto suo detto «entusiasta di entrare a fare parte di Sky, azienda che ha rivoluzionato l'esperienza televisiva in Italia puntando su innovazione e contenuti. Non vedo l'ora di mettere al servizio dell'azienda le mie competenze per lo sviluppo e l'espansione del business in Italia, cogliendo le numerose opportunità che Sky ha di fronte in un momento di grande trasformazione industriale e tecnologica». Il prossimo ceo di Sky Italia ha lavorato per realtà come Fiat, Telecom, Vodafone,

Benetton fino a diventare ceo di Wind nel 2012 e dal 2016 numero uno di Wind Tre, nata dalla fusione di Wind e 3 Italia. Carica, questa, lasciata prima di approdare in Kpn. Attualmente è nel cda di Mediobanca e insegna marketing digitale alla Luiss Guido Carli. Nella pay tv Ibarra si troverà a gestire un momento non banale. Per Sky è caldo il fronte broadband, con il lancio prossimo di un'offerta su fibra "propria" grazie all'accordo con Open Fiber. C'è poi tutto il tema della sempre maggiore integrazione con la casamadre americana che opera su tlc, internet, tv e produzioni. Il tutto mentre i colossi dell'on demand – Netflix e Amazon Prime Video su tutti – stanno guadagnando terreno anche in Italia e con un'asta per i diritti tv del calcio (2021-24) alle porte in cui dalle parti della Lega Serie A si sta affacciando la possibilità di un canale proprio, gestito dagli spagnoli di Mediapro.

«Sono felice di dare il benvenuto a Maximo Ibarra come nuovo ad di Sky Italia – commenta Zappia in una nota – e di poter lavorare insieme a lui per cogliere le tante opportunità che l'azienda ha di fronte. In questi anni Sky si è profondamente trasformata, diventando un vero operatore multiplatforma e un grande creatore di contenuti. Il prossimo lancio dell'offerta broadband ci consentirà di allargare ulteriormente il nostro business in un'area molto importante per i nostri clienti e di cui Maximo ha grande esperienza. Con lui accelereremo il processo di integrazione con il resto del gruppo, al fine di competere in modo sempre più efficace in tutti i mercati in cui operiamo».

—A. Bio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Maximo Ibarra.
Amministratore
delegato
di Sky Italia
dall'1 ottobre



Sky Italia, Ibarra prende il timone: guiderà la sfida anche nelle tlc

► Il nuovo ad sarà operativo da ottobre
Ieri l'annuncio dell'addio all'olandese Kpn

LA MISSIONE DELL'EX CEO DI WIND-TRE È ACCELERARE LA CONVERGENZA TRA TELEFONIA E CONTENUTI TV

CAMBIO DELLA GUARDIA

ROMA Sarà Maximo Ibarra a guidare la svolta di Sky Italia. Ora è ufficiale: tornerà in Italia dal primo ottobre dopo il passaggio di consegne nell'olandese Kpn, dalla quale ha annunciato ieri le dimissioni. E non è un caso che sia un manager esperto di tlc - ha guidato Wind verso la fusione con 3 Italia e per due anni l'olandese Kpn - e teorico convinto della convergenza media-tlc a traghettare la controllata italiana della pay tv verso un passaggio storico. La sfida non è soltanto lanciare un operatore virtuale che fa concorrenza sul fisso e sul mobile. In gioco c'è un'asse necessario, tra vendita di contenuti tv e offerta di connessione (grazie all'intesa con Open Fiber), per reggere l'assalto di over the top come Netflix o Amazon, come spiega bene anche il recente accordo con la stessa Netflix.

IL PIANO

Toccherà dunque a Ibarra puntellare e implementare il piano di sbarco di Sky Italia nel mercato delle tlc da operatore della banda larga. Un piano che prevede il lancio dell'offerta commerciale già nel 2019, secondo la strada tracciata dall'ad uscente Andrea Zappia nominato a novembre scorso chief executive

continental Europe della stessa Sky. «Sono felice di lavorare insieme a Ibarra per cogliere le tante opportunità che l'azienda ha di fronte», ha commentato Zappia sottolineando la sfida di Sky come operatore multiplatforma e grande creatore di contenuti proprio mentre è prossimo il lancio dell'offerta broadband che «consentirà di allargare ulteriormente il nostro business in un'area molto importante e di cui Maximo ha notevole esperienza». Ora l'obiettivo è «accelerare l'integrazione e il coordinamento con il resto del gruppo».

Dal canto suo Ibarra, che risponderà direttamente a Zappia, si è detto «entusiasta» di poter mettere al servizio le proprie «competenze per lo sviluppo e l'espansione del business in Italia, cogliendo le numerose opportunità che Sky ha di fronte in un momento di grande trasformazione industriale e tecnologica». Competenze maturate in anni di esperienze vissute in gran parte nel mondo delle tlc, considerati i passaggi in Fiat, Tim, Vodafone e Benetton, fino alla guida di Wind, prima, e di Wind-Tre poi. Nell'autunno del 2017 Ibarra è entrato nel gruppo di tlc olandese per diventarne ceo nella primavera dell'anno scorso fino alle dimissioni di ieri. La strada è quella già battuta da giganti Usa, che per dare la caccia agli utenti dell'abbonamento via satellite che tagliano la corda ("cord cutters") hanno spinto sulla convergenza vendendo appunto insieme la linea fissa, banda larga e contenuti tv.

Roberta Amoroso

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Maximo Ibarra





di Mario
Giordano

Abbiamo già ceduto loro ogni cosa. Il nostro tempo, i nostri pensieri, i nostri ricordi, le nostre amicizie, le foto di famiglia, le preferenze, gli spostamenti, i gusti, le scelte, le passioni, i segreti, l'intimità. Abbiamo già ceduto loro la nostra anima. Ora cediamo loro anche il nostro portafoglio. Arrendetevi: siamo nelle loro mani. I social network, ormai, hanno potere di vita e di morte. Di noi sanno tutto. Sono in cielo, in terra e in ogni luogo. Ci controllano, ci seguono, chiedono l'obolo. E se disobbediamo ci mettono in ginocchio. Sono, in pratica, il nostro nuovo dio. Onnipotenti, onniscienti, onnipresenti. E pure esentasse.

Tutto ciò a me spaventa molto, ma probabilmente sarò strano io. Mi ha colpito assai, infatti, il coro di entusiasmo che ha accolto l'annuncio della nuova moneta lanciata da Facebook. Si chiama Libra e nel giro di qualche anno potrebbe trasformare la nostra vita economica, esattamente come i social hanno trasformato la nostra vita sociale. A prima vista la criptovaluta, che non avrà forma cartacea, ma solo digitale, solleva un'infinità di problemi. A cominciare dalla gestione: sarà affidata a un'associazione privata di cui fanno parte, con Facebook, anche Mastercard, Visa, PayPal, Uber, Vodafone, etc, che ha sede su un isolotto a Ginevra. E perché dovremmo dare il nostro borsellino in mano a costoro? Quanto ci guadagneranno? Sono vere le stime degli esperti che parlano, soltanto per Facebook, di introiti fra i 3 e i 19 miliardi di dollari entro il 2021? E chi ci dice che così non si favoriranno ancor di più evasioni fiscali e riciclaggi?

Vi confesso la verità: appena ho sentito questo progetto ho pensato che forse non vale una lira. Nel vero senso della parola. E mi è ripresa un'insana voglia delle vecchie banconote da diecimila con Michelangelo, caro vecchio Buonarroti. Per un attimo ho ripensato pure se non fosse il caso di riproporre sesterzi, ducati o burigozzi, ma poi mi sono fermato perché attorno a me, invece, ho sentito soltanto cori entusiastici per

IL GRILLO PARLANTE

la Libra: «bravi», «bravissimi», «che meraviglia», «viva Zuckerberg», «finalmente», «il futuro ci attende», «denaro digitale, felicità mondiale» e altri commenti ad alto tasso di salivazione per nulla virtuale. Gli stessi giornali che in una pagina sollevavano dubbi feroci sui mini-Bot eventualmente emessi dallo Stato, sulle altre pagine festeggiavano con spensieratezza una criptovaluta emessa da Facebook. «È illegale che lo Stato crei moneta», si sono indignati tutti. Sarà. Ma perché, se la moneta la crea Zuckerberg, va benissimo? Forse perché di lui ci si può fidare? Cosa insegna il caso Cambridge Analytic?

Sarò strano io ma mi chiedo che cosa debbano ancora fare questi mostri del web per far capire che non sono per nulla amici nostri e soprattutto non sono amici della libertà. Mi chiedo che cosa debbano combinare per far capire che sono i nuovi imperatori del mondo e che vogliono solo assoggettarci. Vivono al di sopra delle regole, non pagano le tasse o le pagano solo quando e come vogliono, calpestanto il diritto degli Stati, snobbano persino le istituzioni sovranazionali, usano i

nostri dati per scopi commerciali e persino politici, si fanno beffe di multe, sanzioni e provvedimenti. E ora vogliono trasferire questo enorme potere di comando anche nella sovranità monetaria del pianeta. Nessuno potrà fermarli. Anche perché, nonostante tutto, continuano a piacere un sacco. Ad affascinare. A godere di un inspiegabile pregiudizio positivo.

PIÙ LIBRA, MENO LIBERTÀ. VA BENE COSÌ?

La nuova criptomoneta di Facebook è stata accolta da cori entusiastici. Ma consegnare i nostri soldi alle potenze social è un'idea con parecchie controindicazioni...

Ma sì: i social sono smart, i social sono trendy, i social sono il futuro. Sarai mica uno di quelli che si vuole opporre? Sarai mica uno del Medioevo? E pazienza se anche le criptovalute, nate con i bitcoin come strumento anarchico di ribellione al potere, ora diventeranno strumento di potere. Del resto è lo stesso percorso che ha fatto l'intera economia digitale: nata dalla rivolta, sbocciata nei corridoi scapigliati della fantasia, si è trasformata nella peggiore delle dittature, oltremodo pericolosa perché seducente. «Pensavamo di regalare a tutti la libertà. Avevamo torto» ha scritto il fondatore di Twitter, Evan Williams. E Greg Hochmuth, uno degli ideatori di Instagram, è stato ancora più esplicito: quello che abbiamo costruito, ha confessato, è «una voragine senza fine». Esatto: una voragine senza fine. E noi ci stiamo facendo inghiottire. Così. Allegramente. Passo dopo passo. Fino al borsellino. Sognavamo una società più libera. E invece, che malinconia: era soltanto più Libra. ■

RIPRODUZIONE RISERVATA

Sda Bocconi, al via i corsi online

«Formazione modello Netflix»

L'ateneo milanese offre per la prima volta programmi executive solo via internet

La sfida è partita da pochi giorni. E per la Sda Bocconi si tratta di una novità significativa: la School of management dell'Università guidata dal rettore Gianmario Verona, offre per la prima volta un portafoglio di corsi completamente online, nell'ambito della formazione executive. Si tratta quindi di programmi open market, cioè a catalogo, specializzati, che potranno essere di durata variabile da 5 a 9 settimane con possibilità di accesso da dove (anche mobile) e quando si vuole.

Per l'ateneo è una svolta. «Rispondiamo a un cambiamento epocale nell'educazione executive, che è permanente e internazionale, offrendo un'offerta più flessibile e meno costosa», spiega Giuseppe Soda, direttore della Sda, «sia perché non è più necessario effettuare spostamenti per partecipare ai programmi, che restano a disposizione per quattro mesi dall'iscrizione, sia perché i prezzi dei corsi sono contenuti». I costi (con possibilità di sconto del 20% per le donne) variano da 150 a 600 euro (più iva). Soda tiene a sottolineare che è proprio il tipo di programma, specializzato e di durata breve, insieme alla disponibilità delle tecnologie più adatte, a rendere possibile l'opzione online: «Negli mba, nei corsi lunghi è necessaria l'esperienza "campus" con docenza e confronto in aula». Perciò l'online è, in questi casi come in tutto l'ateneo, uno strumento fra gli altri a disposizione di studenti e docenti.

Per la Sda si tratta poi di un ulteriore rafforzamento nel core business: se si guarda al-

la classifica del «Financial Times» negli ultimi anni la Sda è passata dal settimo al quarto posto al mondo nella sezione relativa ai corsi personalizzati per aziende, mentre è salita dall'undicesimo al nono nella graduatoria generale, che comprende i corsi open. Se dunque la partenza è dedicata al mercato domestico con programmi come It management, personal branding, data analysis e marketing, obiettivo è offrire la formazione online anche all'estero: la possibilità di effettuare i corsi a distanza (e a minor costo) ne estende potenzialmente il mercato a livello globale. Perciò si delinea un rapido sviluppo: i programmi online dovrebbero attestarsi al 20% di quelli open. Sono sempre previsti strumenti di autovalutazione e test finale, che dà diritto a un certificato.

«Vogliamo e dare a tutti la possibilità di accedere a una formazione continua di alta qualità», dice Gabriele Troilo, direttore associato della divisione open market della Sda. E proprio per garantire il livello della formazione i corsi vengono realizzati completamente «in casa»: «In aula c'è sempre la possibilità di spiegare di nuovo o rimediare a eventuali incomprensioni», dice Soda, «mentre online la lezione deve nascere "perfetta"». «Nostra ambizione», aggiunge Troilo, «è diventare la Netflix della formazione, essere una piattaforma attraverso cui sia possibile intraprendere percorsi modulari di formazione nel rispetto di tempi ed esigenze di ciascuno».

Sergio Bocconi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Corsi

- Per la prima volta la Sda Bocconi offre un portafoglio di corsi executive specializzati solo via online

- I corsi saranno accessibili da dove (anche mobile) e quando si vuole, avranno una durata che varia da 5 a 9 settimane, prevedono autovalutazione e test finale con certificato

- Costo: da 150 a 600 euro più Iva, sconto 20% per le donne



Gianmario Verona, rettore della Bocconi

