

Rassegna del 26/09/2018

Corriere della Sera	35	Fintech. Nexi, la piattaforma digitale collettiva per i pagamenti	...	1
Mf	9	Psd2, con Cbi e Nexi le banche risparmiano 185 mln	Messia Anna	2
Messaggero	17	Conti correnti aperti ai big della rete parte la controffensiva delle banche	Bassi Andrea	3
Repubblica	15	Nel mondo diviso in due web, cresce l'Internet cinese (con censura)	Santelli Filippo	5
Stampa	20	Spotify e Deezer all'Ue: è ora di limitare le pratiche sleali di Google e Apple	Bonini Emanuele	6
Corriere della Sera	23	Il caso - Lasciano i guru di Instagram Perché è così difficile lavorare con Zuckerberg?	Pennisi Martina	7
Repubblica	15	L'ultima sfida di Instagram il social dei sogni che vale oro	D'Alessandro Jaime	8
Sole 24 Ore	21	Facebook: i due fondatori di Instagram si dimettono - Facebook di nuovo all'attacco, fuori gioco i fondatori di Instagram	Barlaam Riccardo	10
Mf	13	I due fondatori dicono addio dopo lo scontro con Zuckerberg - Instagram, i fondatori lasciano	Fumagalli Davide	12
Italia Oggi	19	Minori sempre più precoci digitali	Ferroni Gianfranco	13
Corriere della Sera	41	La rassegna. Internet Festival sull'intelligenza Il convegno a Milano	...	14
Italia Oggi	21	Pubblicità Internet al sorpasso	Secchi Andrea	15
Avvenire	13	Il mercato dominato dai video	Maconi Caterina	17
Mattino	12	Intervista a Felice Balsamo - «Così nascerà il bitcoin di Napoli»	Cerbone Davide	18
Mattino	12	Il focus - Dal Comune di Napoli alla Juventus la folle corsa ai bitcoin - Dalla Juve al Psg fino al Venezuela la lunga corsa della moneta virtuale	Pacifico Francesco	20
Sole 24 Ore	6	Boom degli affitti brevi online «Evasione da 200 milioni» - Affitti brevi sui portali online «Il nero vale quasi 200 milioni»	Annichiarico Alberto	21
Sole 24 Ore .lavoro	30	Con i robot tre senior su cinque esposti al rischio sostituzione - Con i robot a rischio tre lavoratori della fascia 50-64 su cinque: le politiche in atto nelle imprese italiane - Con i robot a rischio 3 senior su 5	Casadei Cristina	23
Stampa Inserto	38	Speciale Trieste Next - L'altra sfida è adesso: preparare i tecnici per far decollare l'industria 4.0	Penna Noemi	26
Sole 24 Ore	11	Intervista ad Alessandro Profumo - Profumo: «Leonardo protegge 29 Paesi Nato» - Grandi industrie e siti Nato: così Leonardo tutela la cybersicurezza - Profumo: «Leonardo protegge 29 Paesi Nato contro i cyber-crimini»	Larizza Antonio	28
Sole 24 Ore	25	La posta elettronica certificata non è idonea a conservare l'e-fattura	Mastromatteo Alessandro - Santacroce Benedetto	31
Sole 24 Ore .lavoro	30	Nasce l'osservatorio che accende il faro sui manager	Tucci Claudio	32
Italia Oggi	19	Di Maio: sulle frequenze tv pronti a valutare correttivi alle norme per il passaggio alle tlc	...	33
Sole 24 Ore	22	Tv, una gara per evitare il caos sulle nuove frequenze	Fotina Carmine	34
Sole 24 Ore	11	Superati i 5 miliardi d'incassi per il 5G E l'asta non è finita	...	35
Sole 24 Ore	15	Telecom Italia congela la cessione di Sparkle	Olivieri Antonella	36
Repubblica	25	Rai Way presenta offerta per rilevare la rete di Persidera	...	37
Il Fatto Quotidiano	18	Il libro - Fake News, ecco perché sono "colpa" di Uber e AirBnb	...	38
ESTERA				
Financial Times	15	I fondatori di Instagram abbandonano Facebook	Bradshaw Tim - Ram Aliya	39
Expansión	6	Vodafone perde 180 milioni nel 2017 a causa del costo del calcio	Del Castillo Ignacio	41
Tribune	21	Wiztivi, specializzata nei servizi video interattivi multi-schermo, vuole diffondere le sue esperienze nel mondo	Thual Frédéric	42

Fintech

Nexi, la piattaforma digitale collettiva per i pagamenti

Una nuova piattaforma informatica per far dialogare banche e terze parti nel settore dei pagamenti digitali, secondo le nuove regole introdotte dalla direttiva europea Psd2. È quella messa a punto dal consorzio Cbi, nato su impulso dell'Abi, che ieri ha avuto il via libera anche dalla Banca d'Italia. Le banche, per mettere a punto la direttiva Psd2, avrebbero dovuto spendere tra i 250 e i 400 milioni, secondo le stime indicate dal Consorzio Cbi. Invece la piattaforma Gateway Psd2 Cbi, sviluppata dal Consorzio in collaborazione con Nexi, consentirà un risparmio del 40%. Sarà operativa da marzo prossimo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nasce la prima infrastruttura europea allineata alle nuove norme Ue sui pagamenti. Taglierà del 40% i costi di adeguamento

Psd2, con Cbi e Nexi le banche risparmiano 185 mln

DI ANNA MESSIA

Nasce in Italia la prima infrastruttura europea allineata alla nuova normativa dell'Unione sui pagamenti (Psd2) che partirà a marzo 2019. Una soluzione che, secondo le stime, permetterà al settore bancario di risparmiare fino a 185 milioni, circa il 40% dell'investimento complessivo necessario per l'adeguamento tecnico dei sistemi. A lanciarla sono stati il Consorzio Cbi, il think tank promosso dall'Abi, di innovazione nel mercato dei pagamenti e Nexi, la PayTech delle banche, nata dalla fusione tra CartaSì e Icbpi. I due partner hanno sviluppato una soluzione, che consentirà a tutti gli aderenti, anche a livello paneuropeo, di adempiere con maggiore facilità agli obblighi imposti dalla Psd2 in materia di colloquio telematico per lo scambio di informazioni e pagamenti con terze parti, garantendo maggiore protezione ai consumatori. La piattaforma, denominata Cbi Globe, Global Open Banking Ecosystem, ed è un'iniziativa che «andrà a beneficio di tutti e la salutiamo con favore», ha affermato il direttore generale della Banca d'Italia, Salvatore Rossi. «I soggetti terzi devono essere a loro volta vigilati mentre al momento c'è una giungla, per questo serviva una piattaforma di dialogo. Ed è un nuovo mercato anche per le banche,

mentre si garantirà la privacy dei clienti e si opererà in un quadro legislativo che vincola tutti», ha aggiunto. Cbi Globe si

candida anche a livello paneuropeo come progetto di collaborazione tra le banche per l'adeguamento alla Psd2 e garantirà a ciascuna banca aderente la costruzione della propria offerta in concorrenza sul mercato internazionale dei pagamenti, senza preclusioni per evoluzioni future», ha affermato Giovanni Sabatini, direttore generale dell'Abi. Con ricadute positive attese anche per i clienti. «Grazie a Cbi Globe», ha dichiarato Liliana Fratini Passi, direttore generale del Consorzio Cbi, «tutti gli intermediari aderenti, sia banche che fintech operanti nel comparto dei pagamenti, potranno rendere più semplice ed efficiente la gestione dei conti correnti da parte della clientela». Per Nexi si tratta di un progetto che andrà a vantaggio dell'intero sistema. «La realizzazione di questa nuova soluzione strategica di sistema, la prima in Europa, è perfettamente in linea con quella che è la nostra mission di PayTech delle banche italiane: essere protagonisti della modernizzazione e della digitalizzazione del Paese, fornendo alle banche soluzioni semplici e sicure in grado di favorire la diffusione dei pagamenti digitali» ha concluso Paolo Bertoluzzo, amministratore delegato di Nexi. (riproduzione riservata)



Conti correnti aperti ai big della rete parte la controffensiva delle banche

►Dal 2019 una direttiva Ue consentirà l'accesso alla scatola nera delle informazioni sui correntisti ►Al via una piattaforma tecnologica comune tra gli istituti italiani per sfidare i colossi di internet

IL PROGETTO LANCIATO CON LA PARTNERSHIP DI NEXI ROSSI (BANKITALIA): «IL DINOSAURO INIZIA A MUOVERSI»

LA SVOLTA

ROMA Salvatore Rossi, direttore generale della Banca d'Italia, fa di tutto per non citare nemmeno uno dei giganti di internet pronti a lanciare la loro ultima sfida, quella al settore bancario. Ma mentre spiega la rivoluzione che sta per affacciarsi sul mercato dei pagamenti dal prossimo anno come conseguenza della direttiva «Psd2» della Commissione europea, citando un esempio di come le cose potrebbero cambiare, fa, senza volerlo, il nome di Amazon. Dal prossimo anno, la società di Jeff Bezos, come del resto anche Apple, Facebook, Google e le altre piattaforme, potranno avere accesso ai dati e ai movimenti dei conti correnti, e operare su autorizzazione del cliente direttamente su di essi. Le banche, come ha spiegato Rossi, «dovranno aprire la loro scatola nera», concedere i dati dei clienti che autorizzeranno motori di ricerca, supermercati on line e social network, a prele-

varli. «I grandi giganti del web», ha spiegato il direttore generale dell'Abi, Giovanni Sabatini, «sono la grande sfida e su questa frontiera le banche italiane», ha aggiunto, «devono individuare una risposta». La prima mossa è stata ufficializzata ieri, con il battesimo di Cbi Globe, una piattaforma sviluppata da Cbi, il think tank per l'innovazione nell'industria dei pagamenti, e Nexi, la società guidata da Paolo Bertoluzzo, principale partner tecnologico per i pagamenti delle banche.

LE OPPORTUNITÀ

Questa nuova piattaforma sarà, innanzitutto, una sorta di «filtro», per far fluire i dati dei conti correnti in sicurezza e garantendo la privacy. Ma soprattutto, l'intenzione, è di utilizzare la piattaforma sviluppata da Nexi per sviluppare nuove applicazioni e lanciare la sfida ai big della rete anche fuori dal territorio italiano, a livello paneuropeo. «Il dinosauro», ha detto Rossi, «inizia a muoversi». Certo, ha ricordato Sabatini, per concorrere ad armi pari sarebbe necessario anche che tutti giocassero su uno stesso piano anche a livello fiscale. Ma questa è un'altra storia. «Si tratta», ha commentato il numero uno di Nexi Bertoluzzo,

«di una iniziativa italiana di eccellenza». Adesso, ha aggiunto, «si entra nell'era degli over dei top, si aprono delle sfide ma allo stesso tempo si apre la possibilità per le banche di offrire servizi innovativi». Grazie alla nuova piattaforma, ha detto Liliana Fratini Passi, Direttore Generale di CBI, «tutti gli intermediari aderenti, sia banche che fintech operanti nel comparto dei pagamenti, potranno rendere più semplice ed efficiente la gestione dei conti correnti da parte della clientela». «La creazione di un'infrastruttura strategica di questa portata - ha commentato Stefano Favale, Responsabile della Direzione Global Transaction Banking di Intesa Sanpaolo - è una delle risposte più efficaci che arrivano dal sistema bancario italiano alla sfida della Psd2». Infine ieri, Bertoluzzo ha anche commentato l'eventuale sbarco in Borsa di Nexi, la ex Cartasi, che in Italia gestisce 40 milioni di carte di pagamento. «Se ne parla più sui giornali che a casa nostra» ha commentato. «In questo momento non ci sono piani», ha aggiunto, «noi abbiamo degli azionisti che fanno quello di mestiere quindi la quotazione è un percorso assolutamente molto probabile ma non l'unico».

Andrea Bassi

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Il direttore generale della Banca d'Italia Salvatore Rossi alla presentazione della piattaforma Cbi Global

Lo scenario

Nel mondo diviso in due web, cresce l'Internet cinese (con censura)

Baidu al posto di Google, WeChat come Whatsapp: così Pechino sviluppa la sua rete parallela

Dal nostro corrispondente

FILIPPO SANTELLI

PECHINO

A New York si controlla l'orario del cinema su Google, si invitano gli amici su WhatsApp e si chiama un autista con Uber. A Pechino i film si cercano su Baidu, gli amici via WeChat e il trasporto con Didi. I cittadini delle due superpotenze globali vivono già in due universi digitali paralleli. E stando all'ex capo di Google Eric Schmidt, entro dieci anni anche il resto del mondo si ritroverà schierato: «Lo scenario più probabile non è una frantumazione, ma una biforcazione della Rete». Non più il web, singolare, ma due web, di cui nessuno davvero world wide, cioè globale come ci siamo raccontati finora: da una parte quello a guida cinese, dall'altra quello americano, diversi per servizi e valori. Che Internet come la conosciamo finora abbia un'anima made in Usa non è una novità, vedi Google, Facebook o Amazon. La novità è che i colossi della Rete cinesi ora non si limitano più a accumulare fortune, godendosi un miliardo di utenti all'ombra del Grande Firewall comunista. Le varie Baidu, Alibaba e Tencent mettono il naso fuori, espandendosi lungo la Via della Seta disegnata da Xi Jinping. L'ultimo caso è l'alleanza siglata da Alibaba con il gigante rus-

so Mail.ru: cento milioni di cittadini della Federazione compreranno sul negozio virtuale di Jack Ma, pagando con il suo portafoglio Alipay. L'assalto al mercato Usa con Trump è vietato, l'Europa non attrae, ma China Tech allunga le sue applicazioni, l'infrastruttura digitale, su Asia e Africa. E il timore, per Schmidt, e che insieme ne esporti anche il lato oscuro, cioè controllo e censura.

Non che il web d'Occidente sia privo di macchia, tra dati degli utenti svenduti e fake news. Ma sono le conseguenze della libertà della Rete, prendere e regolare, oppure lasciare. In Cina l'hanno lasciata da tempo, in nome di un'armonia che giustifica censura a strascico e un controllo della popolazione indifferente alla privacy. Sarà sempre peggio, a giudicare dalla stretta in corso sui contenuti online. L'Internet delle democrazie contro l'Internet di regime, un'opzione assai attraente per la Russia di Putin e per tanti Paesi africani in cerca di sviluppo. L'altra novità è che la Cina non paga più in innovazione quello che toglie in libertà. Anzi, a sentire il guru del digitale Kai-fu Lee, tra le due potenze è lei la più attrezzata a dominare la prossima rivoluzione tecnologica. Gli algoritmi intelligenti che muoveranno il mondo infatti si nutrono di dati, il petrolio della nuova era, e nessuno più della tecnocrazia comunista ne può ammassare. Fra dieci anni il mondo potrebbe avere due Internet. Una molto più potente dell'altra.

©RIPRODUZIONE RISERVATA



GUERRA COMMERCIALE CONTRO I GIGANTI DEL WEB USA

Spotify e Deezer all'Ue: è ora di limitare le pratiche sleali di Google e Apple

EMANUELE BONINI
BRUXELLES

La guerra commerciale corre sul web. Le aziende europee tecnologiche dirette concorrenti dei giganti statunitensi Google, Apple e Amazon chiedono all'Ue e ai suoi Stati membri di modificare la legislazione comunitaria in modo da favorire un mercato ritenuto troppo appannaggio dei soliti noti. Le compagnie tecnologiche europee, guidate da Spotify e Deezer, hanno richiamato l'attenzione di Bruxelles su un mercato ritenuto troppo a misura di monopolisti e posizioni dominanti. Con tanto di lettera recapitata in tutte le ventotto capitali il gruppo denuncia «l'abuso di posizione dominante» nel mercato dell'hi-tech e pretende risposte.

Il documento, rilanciato dal Financial Times, fa nomi e cognomi. Si accusano i giganti a stelle e strisce del web di ricoprire un ruolo di veri e propri «guardiani dell'economia digitale» a scapito delle concorrenti a dodici stelle. Non c'è solo Google, già oggetto peraltro di azioni disciplinari da parte della Commissione europea. Si accusa tra le altre cose Apple di praticare sconti del 30% sul download di musica dai propri store, disincentivando la domanda di Spotify. Ancora, per pagare si sarebbe di fatto costretti a scaricare applica-

zioni della casa invece di poter scegliere altri metodi quali PayPal, molto in voga tra gli utenti di internet e possessori di smartphone.

Ci sono ancora, in sostanza, troppe pratiche commerciali «sleali» che la legislazione comunitaria attualmente in vigore permette. Forti del voto del Parlamento europeo che nell'ultima sessione plenaria ha imposto un nuovo regime di copyright per le grandi piattaforme, le imprese «made in Ue» chiedono di «cogliere l'opportunità» per continuare in questo senso.

La «class-action» promossa dalle imprese europee arriva in un momento propizio che sembra ottimale. Giovedì a Bruxelles si riuniscono i ministri responsabili di competitività e sviluppo economico dei Ventotto, e la richiesta di politiche europee per aziende europee sembra giungere nei tempi giusti. Ci sono però due incognite: una legislatura europea in dirittura d'arrivo, con Paesi membri già proiettati alla campagna elettorale, e tensioni commerciali tra l'amministrazione americana e l'Ue ancora tutte da risolvere. Non è chiaro quanto l'Europa degli Stati potrà e vorrà venire andare fino in fondo, entrando nella guerra trans-oceanica dell'hi-tech. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



AP



Lasciano i guru di Instagram Perché è così difficile lavorare con Zuckerberg?

Le dimissioni (polemiche) di Krieger e Systrom da Facebook

Il caso

di **Martina Pennisi**

Aron Sorkin ci aveva servito un antipasto, portando un giovane Mark Zuckerberg sul grande schermo, con *The Social Network*, che metteva alla porta il pigmalione Sean Parker. La realtà non è un film e Facebook non è più il promettente giocattolo di uno studente universitario. Lui, l'oggi 34enne Zuckerberg, ha però la stessa strategia accentrata. Le ultime «vittime» sono Kevin Systrom e Mike Krieger, i fondatori di Instagram, che ieri hanno annunciato le dimissioni. Lasceranno Facebook sei anni dopo avergli venduto l'app di foto per un miliardo di dollari. All'epoca Instagram aveva 30 milioni di iscritti. Oggi è il fiore all'occhiello di Menlo Park: la usa un miliardo di persone, è rimasta a margine delle polemiche post-Cambridge Analytica sulla privacy e post-elezione di Donald Trump sulle interferenze nei dibattiti elettorali ed è riuscita a intercettare l'orda di ragazzini in fuga da (o disinteressati a) Facebook.

Tutto troppo bello per non averne il completo controllo? In maggio Zuck ha messo le mani avanti piazzando i fedelissimi Chris Cox e Adam Mosseri rispettivamente a capo delle app e del prodotto a Instagram. I dissapori con Systrom e Krieger andavano avanti da mesi: i due mal sopportavano le eccessive interferenze dei dirigenti di Face-

book ed erano preoccupati per l'indipendenza dell'applicazione. Adesso, ad esempio, è già possibile riversare automaticamente le Storie pure su Facebook e Messenger.

Ancor meno collaborativi — dal punto di vista di Zuckerberg — erano stati i fondatori di WhatsApp, altro gioiellino acquistato per 19 miliardi di dollari nel 2014. Il giorno di San Valentino. A differenza di Systrom e Krieger, dimostratisi reattivi quando si è trattato di iniziare a monetizzare, Brian Acton e Jan Koum si sono opposti all'ormai imminente sbarco della pubblicità nell'app di messaggistica. «Niente pubblicità, niente giochi, niente trucchetti», era il loro motto. «È il momento di cancellare Facebook», aveva poi sentenziato Acton dopo le dimissioni di un anno fa, lasciando intendere come gli scandali del biennio horribilis di Menlo Park abbiano inciso sulle scelte degli ex dirigenti. Koum lo ha seguito in maggio, anche se la separazione non è ancora effettiva.

Se il divorzio con i quattro geni degli schermi mobili è arrivato dopo una lunga — e proficua — unione, quello con Palmer Luckey ha anticipato potenziali disaccordi sulle strategie di sviluppo. Il fondatore di Oculus è stato defenestrato a tre anni dalla vendita dei suoi visori a Facebook per due miliardi, dopo aver orchestrato una campagna online contro Hillary Clinton e aver rimediato una sconfitta in tribunale. «Le sue idee politiche non c'entrano» ha assicurato Zuckerberg, alla sbarra, al senatore Cruz lo scorso aprile. E lo scambio e i retroscena meriterebbero un'altra sceneggiatura di Sorkin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Gli altri



● Palmer Luckey, fondatore di Oculus Vr



● Jan Koum, co-fondatore di WhatsApp, ha lasciato Facebook nell'aprile 2018



L'ultima sfida di Instagram il social dei sogni che vale oro

I fondatori della app abbandonano in polemica con il metodo Facebook

JAIME D'ALESSANDRO, ROMA

Sono stati fra i grandi artefici del passaggio dalle parole alle immagini. Ma ora i due fondatori di Instagram hanno deciso di lasciare. Mike Krieger e Kevin Systrom dicono addio alla compagnia fondata otto anni fa. Divergenze insanabili sulla direzione da prendere con Facebook, e con Mark Zuckerberg in particolare, che ha acquisito Instagram nel 2012. Al tempo aveva 12 dipendenti, 80 milioni di utenti e fu comprata per un miliardo di dollari. Oggi gli utenti sono oltre un miliardo e la compagnia ne vale 100. Per Facebook è una polizza contro il declino ed evidentemente vuole un controllo totale.

«Stiamo pensando di prenderci un po' di tempo libero e dare spazio alla nostra curiosità», hanno scritto in una nota congiunta Krieger e Systrom. «Costruire nuove cose esige un passo indietro per capire cosa ci ispira e di cosa ha bisogno il mondo. Questo è il piano». L'ultima volta che lo abbiamo incontrato, Krieger si stava dedicando all'intelligenza artificiale e l'idea lo emozionava. «Lavoro a una tecnologia che può descrivere quel che una foto contiene», aveva raccontato. «Un tramonto, una spiaggia, un edificio. Trasforma quel che "vede" in parole chiave». Insomma, il più grosso catalogo di foto del mondo automatizzato. Ma non sarà lui ad introdurre questa novità. Il 31enne di origine brasiliana da ieri è disoccupato e con lui è l'altro "padre" del social network conosciuto alla Stanford University.

La prima foto su Instagram apparve il 16 luglio del 2010. Era di Kevin Systrom, fatta in Messico: il muso del cane della sua fidanzata con il piede di lei sulla sinistra. Non esattamente uno scatto indimenticabile. Eppure la rivoluzione delle immagini è iniziata così. Ipotizzare che sarebbe diventata per Facebook un asso nella manica per continuare a crescere era difficile. Figuriamoci immaginare che sarebbe stata anche l'arma per annientare possibili concorrenti come Snapchat. Altro social per immagini nato, come Instagram, sugli smartphone. Ormai di foto ne vengono pubblicate 70 milioni al giorno. Selena Gomez, Cristiano Ronaldo, Beyoncé, Michelle Obama e da noi Claudia Ferragni, hanno tutti decine di milioni di followers. Dietro di loro gli "instafamous", le celebrità nate su Instagram. Dan Bilzerian con i suoi 24 milioni di affezionati ad esempio. Figlio di un bancarottiere, è sempre in compagnie di donne in bikini, mentre impugna armi da fuoco. Ma ci sono profili più curiosi e raffinati: le colazioni doppie di Symmetry Breakfast; la quotidianità della Delhi di Thedelhiwalla, le pose perfette della modella virtuale Lil Miquela. «Per ogni tema, aspetto, passione, c'è un influencer. È il valore di Instagram per gli investitori ed ha un pubblico più giovane di Facebook», racconta Karim De Martino, vice presidente di Open Influence, selezionata dalla testata *Forbes* come una delle migliori startup fondate imprenditori sotto i trent'anni. Agenzia 2.0 di Los Angeles che ha sviluppato un algoritmo di analisi delle foto per trovare l'influencer migliore secondo l'obiettivo della campagna promozionale.

Spendere solo un miliardo per Facebook è stato un affare. Due anni dopo per WhatsApp ne ha tirati fuori 19 e altri 2,5 per Oculus, quella dei visori per la realtà virtuale. A Krieger e Systrom si è spesso rimproverato di aver venduto presto e a poco. «Senza Facebook non avremmo potuto crescere tanto», si difese lui, che fra i due è il più tecnologico. Mark Zuckerberg ringrazia. Lo ha fatto a suoi tempi, lo fa oggi: «Ho imparato molto lavorando con loro negli ultimi sei anni», ha scritto. «Gli auguro il meglio. Non vedo l'ora di vedere quale sarà il loro prossimo progetto».

I numeri del boom

GLI UTENTI OGGI

1 mld

All'epoca della vendita, la app aveva 31 milioni di iscritti. Tra l'annuncio e l'acquisizione passò a 80 milioni



Una fortuna tra selfie, cibo e vip
Systrom e Krieger si incontrarono all'università di Stanford. Il primo ha curato il lato imprenditoriale, il secondo quello più tecnologico

IL VALORE ATTUALE

100 mld

Nel 2012 Instagram fu venduta a Zuckerberg per 1 miliardo di dollari (valore finale 715 milioni)



Il social delle immagini



Instagram fu fondata nel 2010 da Systrom e Krieger e fu venduta nel 2012 a Facebook. All'epoca aveva 12 dipendenti. Oggi ha migliaia di uffici in tutto il mondo e continua a crescere. FB ha rallentato la crescita nell'ultimo anno e dopo l'addio dei fondatori ha perso il 2,15% a Wall Street

Selena Gomez



143mln
followers

La regina del pop
La 26enne cantante texana domina per follower. Tanti selfie e un tocco di impegno civile

Chiara Ferragni (e Fedez)



15,1mln
followers

La royal family italiana
La blogger di moda e il rapper, ora anche col figlio Leo, sono le star indiscusse in Italia (e non solo)

Cristiano Ronaldo



142mln
followers

Cristiano Ronaldo, il pallone è d'oro
Il campione ora alla Juve è il secondo più seguito: molti spot, soprattutto di moda, e foto in famiglia

Michelle Obama



11,5mln
followers

La first lady più amata
È il personaggio politico in assoluto più popolare, impegnata soprattutto per le giovani donne

SOCIAL NETWORK**Facebook: i due fondatori di Instagram si dimettono**

Kevin Systrom e Mike Krieger, i due cofondatori di Instagram, la app per la condivisione di immagini acquistata da Facebook nel 2012, hanno dato le dimissioni a sorpresa, preannunciando la creazione di una nuova impresa. Dietro la decisione la diversità di vedute con Zuckerberg. — a pagina 21

Facebook di nuovo all'attacco, fuori gioco i fondatori di Instagram

IL CONTROLLO DEL WEB

Systrom e Krieger lasciano la guida della app di condivisione di fotografie

La ragione è nella diversità di vedute con Zuckerberg dopo l'acquisizione del 2012

Riccardo Barlaam

*Dal nostro corrispondente
NEW YORK*

L'elefante che si mangia il topolino cresciuto troppo. Il finale era già scritto. Ieri è arrivata l'ufficializzazione. I due fondatori di Instagram, Kevin Systrom e Mike Krieger, lasciano la guida del social network di fotografie controllato da Facebook: differenti vedute e tensioni crescenti con Mark Zuckerberg sul futuro della app, dicono nel gruppo. «È stato un viaggio che non dimenticherò. Otto anni dopo se mi guardo indietro sono orgoglioso e grato di aver fatto parte di questo viaggio. Grazie all'intera comunità. Noi andiamo via ora», ha scritto Systrom su Twitter.

La storia di Instagram è solo l'ultima dell'epopea meravigliosa delle società hi-tech nate quasi per caso nella Silicon Valley. Da un garage alla conquista del mondo digitale. Nell'ottobre 2010 Systrom e Krieger lanciano la loro app per condividere gli scatti fatti con lo smartphone, modificare le immagini, migliorarle con filtri, colori e contrasto e condividerle con gli amici in rete. All'inizio Instagram gira solo su IOS, il sistema operativo di Apple. Ci vorranno due anni per riuscire a programmare e a lanciare la versione Android. Nel frattempo il social delle immagini esplose. In tutto il mondo si creano comunità di "instagrammers", appassionati di fotografia che cominciano a utilizzare la piattaforma per condividere la loro passione. Instagram diventa il posto dove caricare le istantanee della vita dei suoi utenti.

Nel 2012 la app rientra nell'orbita di Zuckerberg: Facebook compra Instagram per 715 milioni di dollari.

Quando il deal viene annunciato, la società ha solo 13 dipendenti e 30 milioni di utenti registrati. Le prospettive di crescita sono promettenti, ma più di un analista all'epoca parla di «cifra eccessiva».

Oggi Facebook è in caduta libera, non solo per gli scandali sulla privacy seguiti al caso Cambridge Analytica, ma soprattutto perché il social network ha perso di interesse tra le nuove generazioni. Negli Stati Uniti Facebook non va più, snobbata dai teenager che lo chiamano ormai «il social dei vecchi». Le valutazioni della app-social di foto nel frattempo, assieme alla crescita esponenziale dei suoi utenti, esplodono: oggi Instagram ha oltre un miliardo di utenti attivi che ogni mese la usano per condividere foto e vedere video e scrivere pensieri. Si prevede che gli utenti possano diventare due miliardi nei prossimi cinque anni. La app di foto è diventata la principale fonte di ricavi di Facebook al di fuori dell'orbita del social network. Ed è valutata 100 miliardi di dollari, secondo le stime di Bloomberg. Un gioiello insomma, in una casa madre che mostra qualche crepa.

Oltre agli utenti, cresce il tempo medio di permanenza. In giugno arrivato a 53 minuti al giorno su Instagram, appena cinque minuti meno di Facebook, secondo i dati di SimilarWeb. Grazie anche alle nuove funzioni che permettono di condividere video long form. Una popolarità che farà aumentare i ricavi: in una lettera agli azionisti qualche mese fa un analista di Wells Fargo parlava di un potenziale di 20 miliardi di dollari di fatturato apportato all'anno da Instagram alla casa madre. Una cifra enorme, che equivale quasi ai ricavi trimestrali di Facebook, che invece

sta conoscendo un rallentamento. Troppo importante insomma per non assorbirla completamente nell'orbita del gruppo.

Tolti di mezzo i fondatori, Zuckerberg avrà mano libera nell'integrare ancora di più Instagram con Facebook: sarà un ramo d'azienda più che una grande società indipendente staccata dal gruppo. Non è la prima volta che accade. Sei mesi fa lasciarono WhatsApp i due fondatori Brian Acton e Jan Koum in seguito ai problemi di Cambridge Analytica e all'insistenza di Zuckerberg per integrare la loro app, pubblicità comprese, con la casa madre. La porta di uscita fu scelta 18 mesi fa anche da Palmer Luckey, il co-fondatore di Oculus. Insomma tutti i fondatori delle tre grandi società acquisite da Facebook hanno lasciato, dopo l'acquisizione, Menlo Park. Facebook vuole tutto il controllo.

Per anni Systrom e Krieger hanno resistito "amichevolemente" ai tentativi dell'elefante Facebook di cooptare idee, infrastrutture e i migliori talenti. Zuckerberg alla fine ha vinto: «Kevin e Mike sono stati degli straordinari leader di prodotto e Instagram riflette i loro talenti creativi combinati - ha scritto in una nota il ceo di Facebook -. Ho imparato e lavorato molto con loro negli ultimi sei anni e mi sono dav-



vero divertito».

Il nuovo numero uno di Instagram sarà con molta probabilità Adam Mosseri, ex capo dei news feed di Facebook, arrivato a Instagram a inizio anno. La notizia non è stata accolta bene dagli appassionati della app di fotografie in tutto il mondo. E neanche in Borsa dove il titolo di Facebook ieri ha registrato un calo già prima dell'avvio delle contrattazioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA APP-SOCIAL DELLE IMMAGINI

100 miliardi

Il gioiello delle foto

Secondo Bloomberg, Instagram ha un valore di 100 miliardi di dollari: e ogni anno porta alla casa madre un fatturato potenziale di 20 miliardi



CO-FONDATORE

Mike Krieger era il capo delle tecnologie nella app creata insieme a System

1 miliardo

Gli utenti

Nel giro di cinque anni gli utilizzatori di Instagram potrebbero raddoppiare



IL SUCCESSORE?

Adam Mosseri, capo sviluppo prodotto a Instagram, potrebbe prendere la guida



«Andiamo via». Kevin Systrom, cofondatore di Instagram e ora ex ad

INSTAGRAM**I due fondatori dicono addio dopo lo scontro con Zuckerberg***(Fumagalli a pagina 13)*

SYSTROM E KRIEGER ABBANDONANO IL SOCIAL CEDUTO A FACEBOOK PER UN MILIARDO

Instagram, i fondatori lasciano*Pesano le tensioni con il gruppo di Zuckerberg, che voleva esercitare un maggiore controllo sulla società acquisita
È il secondo addio dopo quello dei creatori di WhatsApp*

DI DAVIDE FUMAGALLI

I due co-fondatori di Instagram, Kevin Systrom e Mike Krieger, rispettivamente ceo e chief technology officer del social network, rassegneranno le dimissioni. Si tratta di una decisione che ha destato sorpresa ai vertici dell'azienda, già in una situazione di scompiglio e di aperta crisi dopo gli scandali per la gestione allegra della privacy da parte dei vertici e le accuse di alimentare le fake news e falsare la realtà. Systrom e Krieger hanno fondato Instagram nel 2010 vendendola poi a Facebook nel 2012 per circa 1 miliardo di dollari. Instagram è diventato uno dei prodotti di maggior successo di Facebook in una fase in cui l'azienda sta affrontando non solo un forte rallentamento nella crescita ma anche critiche, come detto, sia per gli scandali sulla gestione della privacy sia per la questione fake news, con la conseguente accusa di mettere in pericolo la stessa democrazia. La notizia delle dimissioni è stata riportata dal *New York Times*. Non è mancato nell'addio un accenno polemico nei confronti dell'attuale situazione di Facebook. «Mike (Krieger) e io siamo grati per gli ultimi otto anni con Instagram e i sei anni con Facebook. Ci congediamo per esplorare nuo-

ve nostre curiosità», ha scritto Systrom in un comunicato sul sito web della società. La possibilità di «costruire nuove cose richiede che facciamo un passo indietro, che capiamo cosa ci motiva», ha aggiunto. Questa è la seconda importante uscita da parte di fondatori di realtà poi acquisite da Facebook e diventate centrali nella crescita del colosso fondato da Mark Zuckerberg. Precedentemente furono i co-fondatori di WhatsApp, Jan Koum e Brian Actonleft, dopo una serie di disaccordi su questioni economiche, a uscire di scena. Secondo quanto riportato dal *Wall Street Journal*, le tensioni tra i dirigenti di Instagram e Facebook sarebbero iniziate quest'anno dopo una serie di scontri riguardo la libertà di movimento di Instagram all'interno dell'orbita di Facebook. Parte del team di Facebook avrebbe infatti iniziato a esercitare un maggiore controllo sulla controparte di Instagram. (riproduzione riservata)

*Kevin Systrom e Mike Krieger*

Rapporto Auditel-Censis: tra i 4 e 10 anni il 49,2% è connesso al web e il 32,7% usa il tablet

Minori sempre più precoci digitali

Nel 97% delle famiglie italiane c'è almeno un televisore

DI GIANFRANCO FERRONI

Nel 97,1% dei nuclei familiari c'è almeno un televisore. Una diffusione che è stata messa in evidenza dal primo Rapporto Auditel - Censis intitolato «Convivenze, relazioni e stili di vita delle famiglie italiane» presentato ieri a Roma al Senato della Repubblica, nella sala Zuccari di palazzo Giustiniani. Un dato che ha fatto riflettere il sottosegretario all'editoria e all'informazione **Vito Crimi**: «È necessario tutelare i minori che sono i soggetti più deboli e, in tal senso, è importante il ruolo dei genitori nel loro percorso di crescita e di educazione all'utilizzo delle nuove tecnologie. Viviamo in un'epoca in cui si sta sviluppando una vera e propria dipendenza dalle varie piattaforme digitali quasi come in un «supermercato globale». Per questo, gli strumenti che ci fanno accedere alla rete devono essere considerati come tali». E i minori sono autentici precoci digitali: nella fascia d'età 4-10 anni il 17,6% ha il cellulare, il 6,7% utilizza il pc fisso, il 24,2% il portatile, il 32,7% il tablet e il 49,2% è connesso al web. I nati dal 2000 in avanti sono il banco di prova tangibile degli effetti sociali, anche sulle relazioni familiari, dei nuovi strumenti tecnologici.

Il rapporto si basa su una ricerca effettuata su un campione di 41 mila individui, aggiornamento 7 volte l'anno, da cui emerge la realtà delle convivenze attuali: 43 milioni sono gli apparecchi televisivi all'interno delle case. Le donne con il ruolo di capo famiglia sono ormai 6,3 milioni pari al 25,7% del totale delle famiglie. La tv è vista come un elemento aggregante mentre lo smartphone isola. La fruizione dei device digitali è precoce nei bambini e adolescenti dai 4 ai 17 anni. E sono 28 milioni gli utiliz-

zatori notturni che lo hanno eletto a inseparabile partner sin nel proprio letto. Con 11,8 milioni che indicano esplicitamente la fruizione, sempre e ovunque, dello smartphone sul web.

Le case degli italiani sono diventate degli showroom di elettrodomestici tradizionali o di ultima generazione. Tra tutti, spicca il televisore: ve ne sono oltre 43 milioni, con il 97,1% delle famiglie che ne possiede almeno uno, contro 14 milioni di pc portatili (48,1%), 7,4 milioni di tablet (26,4%), 5,6 milioni di pc fissi (22,1%). Il 19,3% delle famiglie dispone di almeno un televisore connesso al web o perché è una smart tv perché è un apparecchio tradizionale connesso al web con dispositivo esterno. I telefoni cellulari sono presenti in oltre il 95% delle famiglie, i fissi solo nel 60%.

Per il presidente di Auditel **Andrea Imperiali**, «grazie alla collaborazione e alla costante interazione con le principali istituzioni statistiche, Auditel ha potuto perfezionare e validare un approccio assolutamente originale e lontano dai luoghi comuni per fotografare le trasformazioni in atto nella società italiana. Ora, assieme al Censis, abbiamo deciso di sistematizzare e rendere pubbliche le risultanze della ricerca di base Auditel che rende possibile un racconto reale della nostra società, giacché è basato su un lavoro d'indagine non mediato e realizzato interamente sul territorio, porta a porta», sottolinea Imperiali. E il sottosegretario alle politiche sociali e al lavoro **Claudio Durigon** ha rilevato che «il rapporto delinea efficacemente una famiglia di fatto, reale, al cui interno sono presenti elementi disaggregatori ed erosivi, come lo smartphone che azzerano formidabilmente i momenti di aggregazione collettiva».

—© Riproduzione riservata—



Andrea Imperiali



La rassegna Internet Festival sull'intelligenza Il convegno a Milano



Dall'11 al 14 ottobre torna a Pisa Internet Festival, dedicato all'innovazione digitale. La parola chiave è #intelligenza, intesa come ricerca di soluzioni «smart», efficienti e sostenibili. Già oggi a Milano (Mediateca Santa Teresa, via Moscova 28) si terrà un primo evento di presentazione. Dopo il saluto di James Bradbourne, direttore generale della Pinacoteca di Brera, interverranno: Vittorio Bugli, assessore ai Sistemi informativi della Regione Toscana; Michele Conti, sindaco di Pisa; Domenico Laforenza, direttore lit-Cnr; Gian Luigi Ferrari, direttore Dipartimento di Informatica Università di Pisa; Claudio Giua, direttore Internet Festival 2018. In tema di cybersecurity il disegnatore Gabriele Peddes presenterà un progetto a fumetti per la Ludoteca del Registro.it e il ricercatore Gianpiero Costantino illustrerà l'osservatorio dello lit-Cnr. Rossella Miccio, presidente di Emergency, presenterà *Storie dell'Afghanistan*, mostra fotografica interattiva. Luca Torri, ceo di VRMedia, parlerà dell'elmetto intelligente per teleassistenza nell'industria. Luca Ascari, direttore ricerca biomedica Camlin, presenterà la piattaforma wireless per la riabilitazione post-ictus (VRMedia e Camlin fanno parte del Club degli spin-off del Sant'Anna di Pisa).



PwC nel 2019 la raccolta online supererà quella tv. Ricavi dei due mezzi al 70% del mercato E&M

Publicità internet al sorpasso

Intrattenimento e media a 41 mln nel 2022 (+4,5% all'anno)

DI ANDREA SECCHI

Tv e internet peseranno sempre più nel mercato dell'intrattenimento e dei media nei prossimi anni. Secondo il report annuale PwC, insieme avranno una quota del 69,5% nel 2022, quando tutti i 17 segmenti entertainment & media analizzati dalla società di consulenza varranno in Italia 41 miliardi di euro, dai 32,8 miliardi del 2017, grazie a una crescita media annuale del 4,5%.

In questa fetta intorno al 70% del totale, Internet sarà quasi il doppio della tv, 18,8 miliardi (+7,8% all'anno) contro 9,6 miliardi (+2,1% all'anno). Nel computo delle entrate si considera tutto: spesa dei consumatori per l'accesso alla rete e ai contenuti, ma anche la pubblicità. Ed proprio sulla raccolta che PwC segnala il ribaltamento delle posizioni, perché quello che finora è stato il segmento più ampio del mercato pubblicitario, la televisione, lascerà il posto a Internet nel 2019. Il prossimo anno la tv dovrebbe valere 3,23 miliardi, Internet 3,29 miliardi, assunto che nei cinque anni considerati il primo crescerà a un ritmo del 9,7%, il secondo a quello del 2,1%.

Che il sorpasso ci sarà è una cosa ovvia, vedremo se realmente accadrà alla fine dell'anno prossimo, visto che le proiezioni sono tutt'altro che infallibili soprattutto in questo campo. In ogni caso, il mercato pubblicitario nel suo complesso aumenterà del 4% all'anno passando dagli 8,1 miliardi del 2017 ai 9,8 miliardi del 2022. In testa per crescita il mobile internet per quanto riguarda le piattaforme (+19,2%) e il video per quanto concerne i formati (+22,5%).

Andrea Samaja, che guida il team PwC dedicato al settore, ha sottolineato la grande trasformazione tecnologica che il mercato sta affrontando e che può portare al ribaltamento delle posizioni dei vari attori. «La

vecchia affermazione 'content is king' viene messa in discussione. Non perché non sia più importante, ma perché oggi la fruizione è importante quanto il contenuto stesso e quindi la piattaforma con l'innovazione tecnologica e le modalità di accesso pesano parecchio».

Basta vedere cosa accade con l'Internet video, con l'Italia che diventerà il quinto mercato più grande dell'Europa Occidentale nel 2022. Nel paese i ricavi di Netflix e gli altri hanno superato l'anno scorso quelli dei supporti fisici grazie a 2,2 milioni di abbonati (secondo Ovum) e quest'anno, il solo streaming video on demand avrà ricavi da 343 milioni contro i 272 milioni dell'intero home video.

Ma i pesi di Internet e tv di cui si è detto prima vanno anche a discapito di altri segmenti. Sui quotidiani, per esempio, PwC ha ridotto le stime (probabilmente troppo ottimistiche) rilasciate un anno fa, quando la società di consulenza prevedeva che le perdite di ricavi si sarebbero via via assottigliate fino quasi ad annullarsi nel 2021 grazie alla progressiva sostituzione dei ricavi da carta con quelli da digitale. Con le nuove stime i quotidiani perderanno una media del 4,8% all'anno di qui al 2022. Un po' meglio i magazine, che dovrebbero perdere un -1,1% grazie anche alla capacità di diversificazione sul digitale.

Per quanto riguarda gli altri settori, i libri sono visti in sostanziale pareggio, il cinema in crescita al 2,7% annuale, la radio al +3,3%, mentre l'out of home, grazie alle novità introdotte dal digitale, incrementerà del 4,2% all'anno.

Si fa strada la parte audio, con musica, radio online e podcast a +5,9% così come la parte più giovane, dai videogames (+9,9%) al virtual reality (+35%) e agli e-sports, +28%.

—© Riproduzione riservata—



Così le previsioni al 2022

	2018	2022	Cagr* 17-22
Libri	2.143	2.159	0,3%
B2b	2.847	3.016	1,4%
Cinema	657	729	2,7%
Internet	14.040	18.819	7,8%
Magazine	1.874	1.806	-1,1%
Musica. radio e podcasts	1.032	1.282	5,9%
Quotidiani	1.547	1.295	-4,8%
Out-of-home	192	216	4,2%
Radio	536	590	3,3%
TV	8.937	9.638	2,1%
Videogames	1.795	2.507	9,9%
Virtual reality	178	425	34,9%
E-sports	4	10,1	27,9%
Totale	34.477	40.954	4,5%

* tasso di crescita annuale composto

Fonte: elab. ItaliaOggi su dati PxC in milioni di euro

Il mercato dominato dai video

**I dati di Pwc confermano
il cambiamento in atto
nel settore di
intrattenimento e media**

CATERINA MACONI

«Il contenuto è ancora centrale, motore di tutto il sistema dell'intrattenimento e dei media. Ma anche la piattaforma che ci permette di fruirlo è altrettanto importante». Andrea Samaja, leader italiano di PwC ha iniziato con queste parole – una piccola rivoluzione copernicana, per gli addetti al settore – il commento sulle previsioni da qui al 2022 del mercato dell'intrattenimento e dei media. Un mercato che definisce «in fibrillazione in maniera significativa: tutto gira attorno ai video». Sono i video infatti i veri protagonisti di questa rivoluzione. O almeno così è per l'Italia che, prosegue, «è il secondo Paese europeo come minor numero di contenuti letti. A crescere è proprio la fruizione dei video, che penalizzano la parte di lettura». Come rispondono gli operatori del settore a queste nuove tendenze? La ricchezza e molteplicità dei contenuti, dice Samaja, «sta spaccando il mondo della pubblicità». A crescere è certamente la *virtual reality* e l'*e-sport*: sono i segmenti più dirompenti. Ma quest'ondata di novità, partita già qualche anno fa, sta avendo ripercussioni su tutti i media.

Ma andiamo con ordine. La previsione di PwC è che per il 2022 il mercato *entertainment e media* in Italia raggiungerà i 41 miliardi di euro, in crescita rispetto ai 32,8 miliardi del 2017. La parte del leone la faranno tv e Internet, che insieme guidano i ricavi incidendo per il 69,5% sul totale del mercato e che per il 2022 si prevede cresceranno di 6,8 miliardi, rispetto a una crescita complessiva del mercato di 8,1 miliardi. Ad aumentare è anche la pubblicità: passa dagli 8,1 miliardi del 2017 ai 9,8 nel 2022. Internet continua a essere la forza trainante di tutto il sistema e una grande spinta la sta fornendo la telefonia mobile, in continua e inarrestabile evoluzione grazie al crescente utilizzo di dati mobili da parte dei consumatori. E infatti il *mobile internet advertising* si stima arriverà a 2,2 miliardi nel 2022 (era 933 milioni nel 2017). In questo panorama a crescere sono soprattutto le piattaforme digitali che propongono una politica innovativa e a misura del cliente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

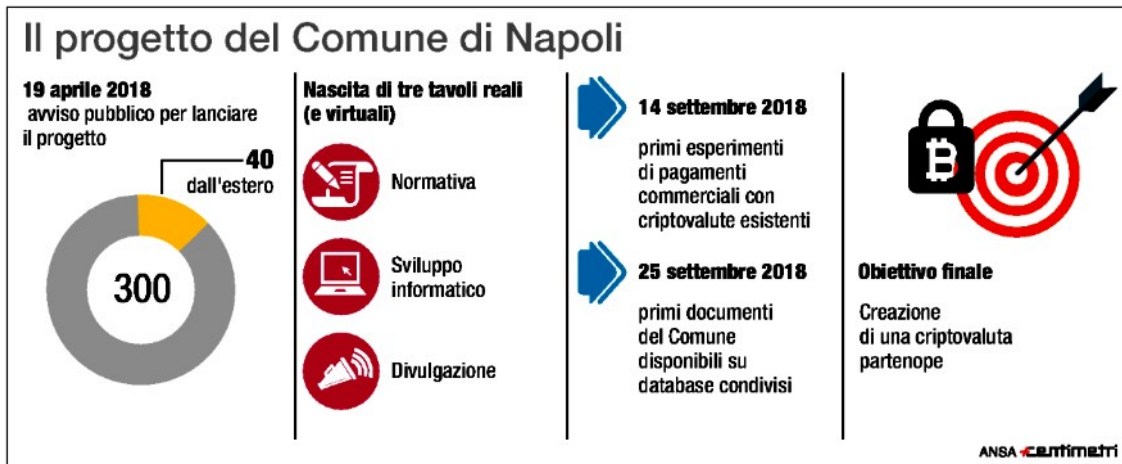


Intervista
del Mattino

«Così nascerà il bitcoin di Napoli»

►L'informatico Balsamo: i test nei negozi sono partiti ci serviranno per costruire la nostra criptovaluta

►All'invito del Comune hanno risposto 300 volontari incontri in video con partecipanti da tutto il mondo



Il nostro sistema sarà specializzato per i piccoli pagamenti

GRAZIE A UNA APP SCARICABILE SI POTRÀ ACQUISTARE NEI POSTI CONVENZIONATI

Davide Cerbone

Dai tempi del Commodore 64 a quelli dei bitcoin ne è passata di acqua sotto i ponti. Una trentina d'anni e un fiume di bit che si è trasformato in "coins", monete. Non sonanti, in quanto immateriali. Ma comunque pesanti. «Ho iniziato ad occuparmi di criptovalute dal 2010. Sì, ci ho guadagnato anche un po' di soldi», racconta Felice Balsamo, 43 anni, studi in Scienze matematiche e fisiche interrotti per il troppo lavoro, ma in compenso tanta esperienza e tanta passione. A lui, Luigi de Magistris ha dato incarico di avviare il processo che dovrebbe portare al bitcoin in salsa partenopea.

Balsamo, come nasce l'idea di una valuta napoletana?

«Se nel 2010 una pubblica amministrazione avesse investito 100 euro nella nascente economia delle criptovalute, si sarebbe ritrovata oggi con più di 80 milioni di euro. Otto anni

dopo, vogliamo sperimentare nuovi paradigmi economici». **La materia è complessa. Può farci capire si procederà?** «Il processo di diffusione della nuova criptovaluta prevede tre fasi: la prima è in corso e coinvolge circa 300 tra divulgatori, economisti, sviluppatori ed esperti in materia giuridica provenienti da tutto il mondo. Un gruppo di lavoro nato ad aprile che, lavorando in videoconferenza, sta gettando le basi per l'utilizzo di blockchain nel campo della trasparenza, delle donazioni e in ambito economico».

Che cos'è un blockchain?

«Si tratta di un sistema in cui un gruppo di soggetti condivide risorse informatiche (memoria, potenza di calcolo dei processori, banda internet) e alcune informazioni, dando vita a un database distribuito. Grazie alla loro memorizzazione su diversi computer, si garantisce la trasparenza dei dati: nessuno, così, potrà modificarli. Non a caso, molte banche stanno adottando questa tecnologia. L'ultima fase prevede il lancio di una serie di servizi legati all'economia cittadina, tra cui una blockchain compatibile con i micropagamenti e di conseguenza una criptovaluta locale».

Quindi sarà possibile fare acquisti?

«Sì. Grazie a un'app scaricabile su smartphone, attualmente in fase di test, si potrà acquistare nei negozi convenzionati pagando con la criptovaluta. Per il momento lo stanno provando



cinque negozi storici della città. Nel corso di qualche anno contiamo di estenderlo a migliaia di attività commerciali».

Quali saranno i vantaggi?

«L'introduzione di una valuta locale muoverà l'economia: nel mondo, e anche a Napoli, tantissime persone hanno criptovalute e non sanno dove spenderle. Alcuni turisti già vorrebbero usare a Napoli i loro bitcoin, e con le Universiadi questa richiesta aumenterà. Noi stiamo studiando degli incentivi: chi comprerà qui otterrà un piccolo guadagno. E potremmo regalare ai meno abbienti criptovalute da spendere in supermercati convenzionati».

Ma ci guadagnerà soprattutto il Comune.

«Non posso entrare nel dettaglio, comunque i margini ci sono. Preferisco dire, però, che ci guadagnerà il sistema».

La legislazione vigente, però, non consente a un'amministrazione pubblica di incassare in criptovaluta.

«Esatto. Infatti non incasseremo noi. Ma non voglio andare oltre».

Nascerà un soggetto intermedio tra negozianti e acquirenti?

«Ripeto, spiegheremo tutto nel dettaglio più in là. Per il momento, stiamo studiando il mercato: la fase di test durerà 6-7 mesi. Quando saremo pronti, sostituiremo i bitcoin con la nostra valuta. Quella, a differenza dei bitcoin, che non sono nati per i micropagamenti, avrà caratteristiche tarate sulle esigenze di Napoli».

Quanto varrà un bitcoin napoletano?

«Partiremo con un rapporto di uno ad uno con l'euro, ma speriamo che dopo acquisterà valore».



© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il focus

Dal Comune di Napoli alla Juventus la folle corsa ai bitcoin

Cerbone e Pacifico a pag. 12

Dalla Juve al Psg fino al Venezuela la lunga corsa della moneta virtuale

IL RISCHIO TRUFFE È SEMPRE IN AGGUATO CI SONO PIATTAFORME CHE PROMETTONO QUOTAZIONI MIGLIORI O MONETE INESISTENTI

LA SCHEDA

Francesco Pacifico

Luigi De Magistris vuole che a Napoli diventi la moneta parallela all'euro. Ecco quello che c'è da sapere sui bitcoin e sulle cosiddette criptovalute.

Cos'è il bitcoin?

Una valuta elettronica - cioè non cartacea - che non viene emessa dalle banche centrali, ma da una rete di scambio aperta a tutti. Serve per acquistare beni e servizi o fare pagamenti a terzi. A inventarla nel 2009 uno sconosciuto (forse un hacker) che si firma Satoshi Nakamoto. Viene generata attraverso un processo che si chiama «mining», dove alcuni utenti specializzati (i «miners»), attraverso complicati algoritmi matematici, elaborano transazioni chiamate «blocchi» per creare nuova moneta. Ogni transazione - sia per l'emissione di valuta sia per i futuri scambi e acquisti - viene registrata in un apposito registro pubblico, la blockchain, trasparente in modo da evitare truffe. Queste operazioni sono protette da crittografia.

Dove comprarli?

O si partecipa all'attività di mining, ma bisogna essere esperti, oppure si acquistano dei «token», cioè le monete virtuali, attraverso una piattaforma ad hoc, chiamata exchange. Le più famose sono Binance, SpectroCoin, LiveCoin, Coinbase e GDA, che fanno pagare una commissione dello 0,2% a operazione. Per farlo, basta aprire un «wallet», un account con user e password, che

servirà sia per depositarli sia per comprare beni e fare pagamenti. Come per gli altri strumenti finanziari, il valore delle criptomonete è calcolato in base alla domanda e all'offerta del mercato.

Quali sono?

Bitcoin è la più famosa, ma circolano Ripple, Nem, Stellar, Dash, Etherneum, Litecoin... Ce ne sono 1.988, scambiate su 14.154 mercati e con una capitalizzazione di 185 miliardi di euro.

Quanto vale un bitcoin?

Ieri 5.407 euro, 24 ore prima era a 5.601. La valuta è molto volatile, basta pensare che lo scorso dicembre superava i 19mila euro. Secondo alcuni è un bene rifugio, secondo altri uno strumento speculativo che rischia di sgonfiarsi.

Può essere frazionato?

Per gli acquisti di importo più basso le criptovalute possono essere frazionate. Il bitcoin può essere parcellizzato fino a 108 volte.

I pagamenti sono sicuri?

In teoria sì, perché grazie al registro blockchain ogni venditore sa se il compratore ha i token necessari per far gli acquisti. Spesso però le piattaforme di exchange non si sono dimostrate sufficientemente protette, con hacker che le hanno «bucate» per sottrarre le monete virtuali.

Ci sono truffe?

Ogni giorno nascono e muoiono molte piattaforme per l'acquisto di criptomonete, che promettono quotazioni migliori e in realtà, una volta presi gli euro o i dollari, non danno bitcoin. In alcuni casi si vendono valute inesistenti dai nomi accattivanti.

La Juve cosa fa?

I bianconeri, in accordo con la piattaforma, hanno lanciato «Juventus Official Fan Token», un servizio che permette ai suoi tifosi di tutto il mondo di comprare

prodotti, scavallando i limiti legati al cambio delle monete ufficiali. Qualcosa di simile l'ha fatto in Francia il Paris Saint Germain.

Dove è diffuso l'uso?

Lombardia, Veneto, la città di Roma e la Sicilia. I settori che più li accettano sono turismo e informatica.

La Bce vigila?

No, in quanto «titoli senza emittenti identificabili». Dalla Bce il presidente Mario Draghi ha fatto sapere: «Non spetta a noi farlo».

Chi li riconosce

A febbraio la Firma, la Consob svizzera, ha pubblicato una serie di linee guida per regolamentare le Ico (Initial Coin Offering), le raccolte di fondi attraverso le criptomonete. A Singapore la società Tangem ha ottenuto il via libera per stampare banconote cartacee di bitcoin, così da facilitare la circolazione. Il Venezuela è pronto a lanciare la sua criptomoneta, il Pedro, per aggirare il picco di inflazione del Bolivar. Sono fuori legge in Cina, Russia, Islanda, Ecuador, Bolivia, Vietnam e Kyrgyzstan. Il Bangladesh la polizia dà la caccia ai possessori di criptomonete.

E i Comuni?

A Barcellona è nato il «bitcoin sociale», da utilizzare come salario accessorio per i cittadini più bisognosi. Il comune di Roverato (Trento) ha incentivato la diffusione di macchinette convertitrici. La svizzera di Zug accetterà i Bitcoin per il pagamento dei servizi pubblici.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



TURISMO. LA DENUNCIA DI FEDERALBERGHI**Boom degli affitti brevi online
«Evasione da 200 milioni»**

Un milione di annunci di affitti online, di cui quasi metà appannaggio del solo portale Airbnb. Il boom degli alloggi turistici continua con un andamento esponenziale. Lo ha fotografato Federalberghi con un dossier che denuncia un sistema capillare di «sha-

dow hospitality» e stima un'evasione fiscale vicina ai 200 milioni. La replica dei proprietari: «Per le locazioni brevi ancora non esiste un sistematico obbligo dichiarativo ai fini Istat».

Alberto Annicchiarico

—a pagina 6

**Affitti brevi sui portali online
«Il nero vale quasi 200 milioni»****TURISMO**

Un dossier Federalberghi accusa Airbnb e altri portali di far crescere l'evasione

Il ministro Centinaio: presto un codice identificativo per le strutture ricettive

Alberto Annicchiarico

Un milione di annunci di affitti online, di cui quasi la metà, 397mila per la precisione, appannaggio del portale Airbnb. A seguire, sul podio, Booking.com con 168.500 e Housetrip con 109mila. Gli annunci sono concentrati nelle città d'arte e nelle mete di vacanza più richieste, con, tra le regioni, la Toscana nettamente in testa davanti a Sicilia, Lazio e Lombardia. Il boom degli alloggi turistici continua con un andamento esponenziale (si veda l'immagine a destra). Lo ha fotografato Federalberghi con un dossier chiuso ad agosto e diffuso ieri, che rimanda l'immagine di un sistema capillare di *shadow hospitality*. I risultati della ricerca entrano in contrasto stridente con la narrazione di un'economia della condivisione ed evidenziano piuttosto una realtà di sommerso imponente potenziale.

L'ospitalità alternativa a quella regolamentata porta con sé anche un'evasione fiscale consistente, nel primo anno di test della nuova norma sulla cedolare secca per gli affitti brevi (con durata inferiore ai 30 giorni) in vigore da giugno 2017. Secondo Federalberghi i soli host (cioè i proprietari) presenti su Airbnb nel 2016 hanno ricava-

vato in Italia 621 milioni di euro, sui quali il portale californiano avrebbe dovuto effettuare eversare ritenute per circa 130,4 milioni che andrebbero invece dichiarati dal proprietario. Ai tassi di crescita attuale si può quindi calcolare una cifra vicina ai 200 milioni.

Il presidente degli albergatori italiani, Bernabò Bocca, ha consegnato il dossier al ministro del Turismo, il leghista Gian Marco Centinaio, chiedendo che venga istituito con urgenza il registro nazionale degli alloggi turistici e «che si affermi con chiarezza, anche per le locazioni brevi, l'obbligo di rispettare le norme di tutela dei clienti, dei lavoratori, dei vicini di casa, della collettività, della concorrenza».

Un altro obiettivo suggerito è quello di adottare misure che pongano un argine allo spopolamento dei centri storici, conseguenza della tendenza a sfrattare i residenti per far posto ad attività di locazione breve, decisamente più redditizie. In molti Paesi questo obiettivo è stato ottenuto, sostiene Federalberghi, assoggettando le locazioni brevi a condizioni e limitazioni: le abitazioni private possono essere affittate ai turisti solo se il proprietario è residente nell'appartamento, per un numero massimo di giorni all'anno, per un numero massimo di persone per notte, solo per una porzione dell'appartamento. Per questo la richiesta degli albergatori è: stesso mercato, stesse regole.

Alle conclusioni degli albergatori si oppone Hostpiuhost, che riunisce i proprietari che affittano su Airbnb: «Non c'è nessuna *shadow economy* - sostiene l'associazione - la differenza tra strutture extralberghiere censite e

alloggi presenti in rete dipende banalmente dal fatto che per le locazioni brevi ancora non esiste un sistematico obbligo dichiarativo ai fini Istat». E attacca: «Vedremo di offrire l'elenco di tutte le strutture alberghiere affinché sia facilitato il compito di contrasto al fenomeno dell'evasione in generale e della tassa di soggiorno in particolare».

Dal dossier di Federalberghi - frutto della collaborazione con due istituti di ricerca indipendenti, l'italiano "Incipit srl" e lo statunitense "Inside Airbnb" e che si può visualizzare online su Infodata, il blog del Sole che racconta le notizie con i numeri (<https://www.infodata.ilsole24ore.com/>) - si giunge a quattro tesi chiave: gli alloggi in affitto breve non sono forme integrative del reddito, dato che oltre il 62% è gestito da soggetti che gestiscono un numero consistente di appartamenti, con punte record di 4mila; non si tratta di strutture esperienziali, in cui c'è condivisione con il titolare, dato che il 77% degli annunci si riferisce a interi appartamenti; non si tratta di attività occasionali, visto che nel 65% dei casi gli alloggi sono disponibili per oltre sei mesi all'anno; non vanno a completare l'offerta su rotte poco battute dal turismo *mainstream* ma anzi si concentrano proprio dove c'è mag-



giore offerta di strutture alberghiere.

Tra le città italiane maggiormente interessate dal fenomeno troviamo Roma con 29.519 annunci, Milano con 18.482, Firenze con 11.341, Venezia con 8.025 annunci e Napoli con 6.858 annunci. Per quanto riguarda le regioni, la *pole position* spetta alla Toscana, con 59.320 annunci, seguita dalla Sicilia con 51.022, dal Lazio con 40.700 e dalla Lombardia con 40.494. La densità maggiore (numero di annunci per chilometro quadrato) si registra in Liguria, mentre l'incremento maggiore si è verificato in Trentino Alto Adige (+131,9% rispetto ad agosto 2016).

Secondo Centinaio il turismo è una delle partite principali che il Governo vuole giocare e, almeno nelle intenzioni, la battaglia all'illegalità sarà la punta di diamante del nuovo corso. Ne ha parlato ieri nell'audizione sulle linee programmatiche del suo dicastero davanti alle commissioni di Camera e Senato e lo ha poi ribadito alla riunione di giunta di Federalberghi a cui ha presenziato. «Stiamo lavorando - ha ricordato il ministro - a un progetto per fornire un codice identificativo per le strutture ricettive e contrastare tutte le pratiche che stanno danneggiando l'industria turistica del nostro Paese».

Nell'attesa si potrebbe iniziare a guardare, tornando al dossier di Federalberghi, cosa succede fuori dai nostri confini. Per frenare il diluvio di alloggi turistici, ad Amsterdam, gli appartamenti privati possono essere affittati per non più di 30 giorni all'anno e possono ospitare al massimo quattro persone per volta. A Barcellona (città in cui i residenti hanno organizzato più di una protesta contro l'invasione dei turisti) è possibile affittare al massimo due stanze per appartamento, per non più di 4 mesi all'anno, a condizione che il proprietario vi risieda (non è possibile affittare appartamenti interi). Mentre a Berlino l'affitto di seconde case è consentito per un massimo di 90 giorni all'anno. Perfino San Francisco, dove ha sede Airbnb, ha messo uno stop: se il proprietario non vi risiede stabilmente, l'appartamento può essere affittato per un massimo di 90 giorni all'anno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE RICHIESTE DEGLI ALBERGATORI

Bocca: «Fare luce sul fenomeno»

Una spina nel fianco che impedisce di competere ad armi pari. Il contrasto a quello che il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, definisce «abusivismo dilagante» è in cima alla lista delle priorità presentate durante la giunta di ieri al ministro del Turismo, Gian Marco Centinaio. Il censimento delle strutture che vendono camere in rete vuole essere un documento «a disposizione di tutte le amministrazioni nazionali e territoriali nonché delle autorità investigative competenti che intendono far luce sul fenomeno».

Tuttavia «in testa alla

classifica delle nostre richieste al Governo - ha spiegato ieri Bocca - resta la diminuzione della pressione fiscale, a cominciare dalla riduzione della tassa sugli immobili, che grava sulle imprese anche quando sono chiuse o semivuote. È noto che molte strutture ricettive svolgono solo attività stagionale».

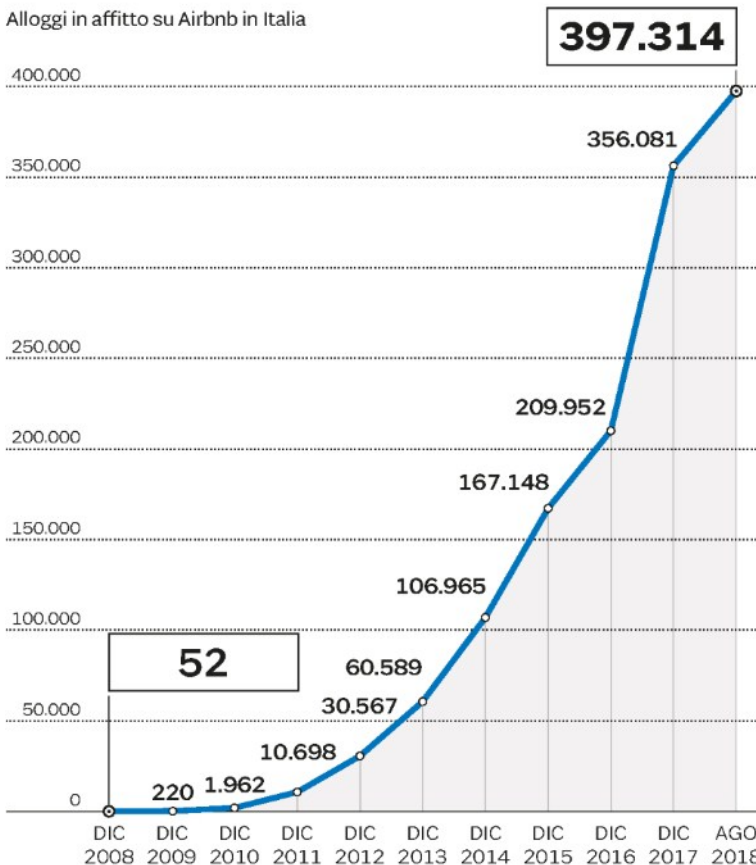


AGENDA PER IL GOVERNO

Il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca

Crescita esponenziale

Alloggi in affitto su Airbnb in Italia



Fonte: Federalberghi

Con i robot tre senior su cinque esposti al rischio sostituzione

— a pagina 30

Mondo HR

Con i robot a rischio tre
lavoratori della fascia
50-64 su cinque:
le politiche in atto
nelle imprese italiane

Nasce l'Osservatorio 4.Manager
(Confindustria e Federmanager) per
raccontare il mercato del lavoro dei manager

— a pagina 30

L'Italia è tra i paesi in cui le aziende hanno bisogno di strategie
per incrociare le skill tradizionali degli over 50 e le abilità tech dei giovani

Con i robot a rischio 3 senior su 5

Nella fascia 50-64 la maggior concentrazione di senior che svolgono attività automatizzabili

Cristina Casadei

Messe assieme la seniority e l'automazione apparentemente sembrano più antagoniste che complementari. Così dicono i trend e il nostro paese è uno di quelli dove i due fenomeni sono di più difficile gestione, per via dell'elevata età media della forza lavoro e del collo di bottiglia in ingresso nel mercato del lavoro per i giovani. Secondo quanto emerso nei giorni scorsi al World Economic Forum, entro il 2025, le macchine svolgeranno più compiti nel posto di lavoro di quelli riservati alle persone che oggi ne svolgono ancora il 71%.

The twin threats

Se queste previsioni si realizzeranno, a fare le spese della sparizione delle mansioni qualcuno ci sarà e la vulgata vuole che la mannaia colpirà più i lavoratori che svolgono compiti di routine, scarsamente qualificati che quando hanno un'anzianità aziendale elevata hanno anche buste paga pesanti. E più facilmente possono scivolare verso l'uscita dalle aziende. In un report intitolato "The twin threats of aging and

automation" in cui hanno messo a confronto quello che sta accadendo nei diversi paesi, Mercer e Oliver Wyman hanno evidenziato la convergenza di due fenomeni: la popolazione globale che invecchia, da un lato, e l'automazione portata da Industria 4.0, dall'altro. Ecco i risultati.

La fascia 50-64

C'è un concreto rischio automazione legato all'invecchiamento dei lavoratori attivi, soprattutto impiegati nei ruoli di routine. In Italia dove c'è una forte concentrazione nella fascia di età compresa tra i 50 e i 64 anni c'è un rischio dovuto in primo luogo alle competenze. L'automazione implica la sostituzione della componente umana nelle attività ripetitive e la necessità di reimpiegarla in servizi a maggiore valore aggiunto.

La classifica

L'Italia esce come il paese più esposto al rischio sostituzione, con il 58% in media di lavoratori anziani che svolgono lavori facilmente automatizzabili. Un rischio rafforzato sul piano sociale dove assistiamo ad un aumento sempre più consistente di over 50 nella forza lavoro.

Le previsioni dicono che i lavoratori tra i 50 e i 64 anni in Italia cresceranno fino a raggiungere il 38% della forza lavoro totale entro il 2030. Cinque dei primi sei paesi della classifica sono situati nell'estremo oriente con grandi mercati manifatturieri: Cina, Vietnam, Thailandia ma anche Corea del Sud e Giappone dove i lavoratori più anziani svolgono spesso lavori che richiedono competenze sproporzionatamente basse rispetto la mercato del lavoro attuale. A seguire, immediatamente dopo, troviamo l'Italia con un rischio automazione del 58% e la Germania con il 57%.

Le dinamiche in atto

Nelle precedenti rivoluzioni industriali la produttività è aumentata in virtù dei



progressi fatti nell'uso del vapore, dell'elettricità, dell'industrializzazione dei processi ma le competenze richieste si sono evolute in maniera molto graduale, senza produrre grandi shock. La quarta rivoluzione, quella digitale, ha invece causato un cambiamento fortissimo nel modo di lavorare e richiede ai lavoratori con meno competenze una forte discontinuità. «Gli sforzi concertati da parte di governi e aziende per elaborare strategie volte a incoraggiare e accogliere il lavoratore più anziano, saranno cruciali nei prossimi decenni. Alcune aziende, intanto, stanno facendo la loro parte con l'avvio di una serie di progetti che hanno l'obiettivo di mettere a sistema l'esperienza dei senior» commenta Silvia Vanini, Deputy Career Leader di Mercer Italia.

La risposta del privato

Considerati i tempi con cui si muovono i governi, il privato si sta ingegnando

per trovare soluzioni per far sì che la tecnologia diventi un facilitatore del dialogo tra le diverse generazioni e per creare vasi comunicanti tra le competenze più tradizionali e quelle più nuove. «Abbiamo un'ibridazione della conoscenza e la sfida è l'integrazione della tecnologia esistente in quella di tipo digitale», osserva Vanini. Mettendo da parte i casi di crisi dove prevalgono le logiche dei tagli che investono le persone e il costo del lavoro per far quadrare il conto economico, nelle aziende che hanno accolto questa sfida i lavoratori senior vengono considerati una fonte preziosa di esperienza, produttività e anche di flessibilità. Proprio per questo, dice Vanini, «le aziende dovrebbero dirigere gli investimenti per creare un ponte di collegamento tra giovani e senior a mano a mano che la tecnologia spinge le aziende ad evolvere».

Le misure

Dagli anni 70 ad oggi la popolazione over 50 è passata dal 17 a più del 30% del totale globale. Ed è in questo contesto di aziende popolate sempre più da senior, che «le nuove tecnologie stanno cambiando in maniera radicale la domanda di lavoro, mettendo in crisi in particolare la fascia più anziana e a minor educazione», continua Vanini. Per evitare squilibri profondi nella società e nella produzione di reddito e mantenere una sostenibilità complessiva dei sistemi previdenziali il mix che, secondo Vanini potrebbe essere prezioso nelle imprese, mette insieme «la valorizzazione delle classi più anziane, la formazione continua lungo tutta la carriera professionale, l'allargamento della platea dei lavoratori giovani, le soluzioni di tutorship generazionale finalizzate a valorizzare il contributo dei più anziani nell'accelerazione dell'inserimento professionale dei più giovani».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le storie

TERNA

Identikit e poi "pillole" digitali per tutti i 4mila addetti

Ognuno dei 4mila addetti di Terna è considerato portatore di un know how specifico che «noi coltiviamo con grande attenzione», dice Silvia Marinari, responsabile Risorse Umane, Organizzazione e Affari Generali di Terna. Perso uno specialista nel settore della trasmissione in Italia, il bacino in cui andare a cercarne un altro è all'estero. «Le persone con esperienza sono importanti per noi e per questo sviluppiamo le loro competenze man mano che adottiamo nuove tecnologie», osserva Marinari. Anche in Terna, dove l'età media supera i 45 anni, l'esperienza specialistica e tradizionale è stata però calata in una dimensione digitale e tecnologica che ha messo alla prova più di uno. La



Silvia Marinari
Responsabile
Risorse Umane,
Organizzazione e
Affari Generali di
Terna.

scorsa primavera il gruppo ha lanciato Terna 4.0 Go digital, un progetto dedicato a tutte le risorse che poggia su 3 pilastri. Il primo «è stato la mappatura delle competenze digitali dei nostri collaboratori con cui abbiamo scoperto che non vi è una stretta correlazione con l'età - nota Marinari -. Per ognuno abbiamo individuato i punti di forza e i punti da migliorare e ora stiamo rafforzando i secondi attraverso la formazione»,

attraverso le cosiddette pillole digitali. Successivamente «abbiamo individuato i digital champion, 50 persone con un mindset adatto per contribuire ai progetti di innovazione», continua Marinari. Infine arriva l'ultimo pilastro del progetto. Il reverse mentoring, che partirà a fine anno e che ha l'obiettivo di fare da ponte di collegamento tra le generazioni. In pratica «affiancheremo ai nostri tecnici senior, colleghi più giovani per facilitare l'uso degli strumenti digitali attraverso cui già oggi avviene la pianificazione delle attività manutentive sulla rete elettrica nazionale», spiega Marinari. Fare un bilancio forse è ancora prematuro ma la risposta dei lavoratori mostra che il percorso è una necessità di tutti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SIRAM GRUPPO VEOLIA

La realtà aumentata "aiuta" il mix di skill tradizionali e digitali

L'elettricista, l'idraulico o il bruciatorista non spariranno mai. La premessa è d'obbligo perché anche nel mondo in continuo cambiamento, «ci sono competenze tradizionali fondamentali in una società come la nostra che si occupa di efficienza energetica, acque e rifiuti speciali», racconta Emanuela Trentin, hr and communication director di Siram. La società fa parte del gruppo Veolia e ha circa 2.700 addetti, con età media di circa 47 anni e una forte concentrazione nella fascia 41-50 anni. «Bisogna essere capaci di mantenerle, così come di investire nelle nuove tecnologie e nei nuovi mestieri», continua la manager che ricorda come la società sia riconosciuta nel suo settore per «il suo saper fare». Per poter esprimere al meglio questo



Emanuela Trentin.
Human resources
and communication
manager di Siram

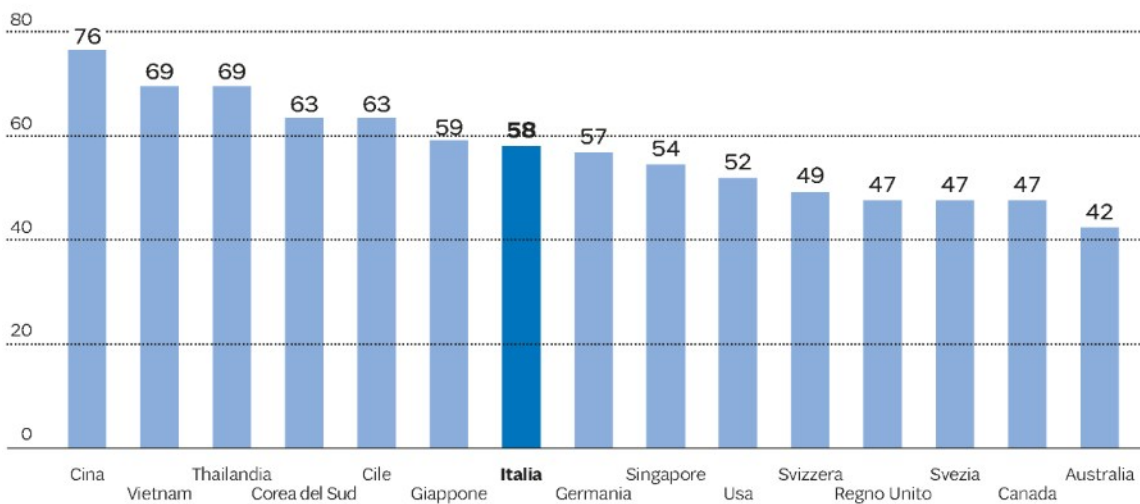
concetto, Trentin ha avviato un percorso bottom up. Innanzitutto «abbiamo creato una piattaforma che è stata chiamata Wikisiram dove vengono caricati tutti i video e le istruzioni dei processi». Poi «abbiamo identificato i guru, maxi esperti, e gli esperti, i cosiddetti 4 stelle. Insieme a loro abbiamo individuato un piano redazionale con gli argomenti più importanti per priorità e frequenza». Infine «abbiamo individuato dei communication manager che

supportano gli esperti nell'alimentazione della piattaforma dove i contenuti devono essere facilmente fruibili». Nell'academy interna viene poi realizzato un percorso di affiancamento basato su due fasce: i 4 stelle affiancano i cosiddetti guru, mentre i new entry i 4 stelle. Tutta il sistema trova la massima espressione nel terzo pilastro, la realtà aumentata. «Abbiamo messo a disposizione dei nostri collaboratori un dispositivo video a supporto delle attività sul campo. Quando un tecnico ha un problema rilevante può rivolgersi a un esperto non telefonando o chiedendo la sua presenza ma attraverso le immagini facendo domande specifiche e mostrando la macchina, in modo da poter risolvere le criticità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il grado di rischio dei lavoratori senior con l'automazione

Il confronto internazionale, dati in percentuale



Fonte: APRC Calculations, UN Data, Frey and Osborne (2017), National databases



SPECIALE TRIESTE NEXT

AL CENTRO IL DIFFICILE RAPPORTO TRA UNIVERSITÀ E BUSINESS

L'altra sfida è adesso: preparare i tecnici per far decollare l'industria 4.0

NOEMI PENNA

Tanta teoria, poca pratica. Il rapporto tra università e impresa è da sempre complicato: un dualismo che vede logiche contrapposte, dove l'alta formazione di rado si traduce in competenze pratiche, subito applicabili al mondo del lavoro. Da qui il «gap»: il buco (o il divario) da riempire per creare professionisti a tutto tondo e non soltanto professori e arginare l'ormai annoso problema della fuga dei cervelli. Ma come fare?

Questo è il tema dell'incontro «I ricercatori che mancano alle imprese», in programma venerdì 28 a Trieste Next in occasione della presentazione del libro «Nuove imprese. Chi sono i champions che competono con le global companies» di Filiberto Zovico, pubblicato da Egea. Un dibattito sulla sempre più attuale mancanza di ricercatori e competenze nelle aziende italiane, a cui prenderà parte anche Maurizio Fermeglia, rettore dell'Università di Trieste. A portare la propria testimonianza aziendale saranno le società italiane Sacco e Biofarma, due imprese del settore farmaceutico e cosmetico, tra i 500 «Champion» analizzati dal centro studi ItalyPost che negli anni della crisi, tra il 2010 e il 2016, anziché andare in affanno, hanno cominciato a

crescere, producendo utili e anche posti di lavoro.

«Dalle testimonianze raccolte il rapporto tra università e imprese risulta difficile, perché, da una parte, le aziende sono alla ricerca di un numero crescente di ingegneri e informatici e dall'altro hanno bisogno di sviluppare ricerca, secondo standard che sono elevatissimi e contemporaneamente gestibili secondo logiche che le università italiane, a detta di molti, non riescono a praticare», spiega Zovico, fondatore di ItalyPost. «Un'azienda da 2400 dipendenti ci ha confessato di avere un solo laureato: la centralinista. «Il problema è che i laureati arrivano in azienda carichi di schemi fissi, convinti di conoscere anticipatamente le soluzioni tecniche ai problemi, incapaci di essere flessibili alle esigenze dei clienti, senza alcuna passione che li porti a essere curiosi e applicarsi nella ricerca di soluzioni tecnologiche davvero all'avanguardia», ci ha raccontato il giovane titolare». Un caso estremo, che però evidenzia un problema concreto.

«Ci sono laureati che arrivano da noi e non solo non hanno mai visto un macchinario da produzione industriale, ma hanno problemi a usare correttamente un microscopio - testimonia Fabio Dal Bel-

lo, direttore scientifico della Sacco -. Noi siamo sempre alla ricerca di giovani ricercatori intelligenti e con idee nuove, purtroppo ci accorgiamo spesso che ai nostri laureati mancano le basi della microbiologia, fanno troppa poca pratica durante gli studi universitari. Da qui anche la carenza di tecnici di laboratorio, persone non per forza laureate ma con una manualità in grado di soddisfare i requisiti di qualità aziendale».

«Come spesso accade, quando c'è qualcosa che non funziona bene, la colpa è nel mezzo», afferma Germano Scarpa, presidente di Biofarma. «L'Italia è un Paese fatto da tante piccole imprese che spesso fanno fatica a capire, o che non hanno una struttura adatta, per stare dietro ai tempi della ricerca universitaria. Ancora più spesso non si riesce a digerire che una ricerca non sia finalizzata a un prodotto oppure che non porti a un beneficio diretto».

La soluzione? «Se noi imprese facessimo rete, creando massa critica, potremo cambiare prospettiva e avvicinarci così all'università, che da parte sua dovrebbe semplificare il linguaggio e uscire dall'autoreferenzialità, venendo incontro alle esigenze del mondo del lavoro». —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI





Cyber-sicurezza

**Profumo:
«Leonardo
protegge
29 Paesi Nato»**

Antonio Larizza

— a pagina 11

Intervista

**Grandi industrie
e siti Nato: così
Leonardo tutela
la cybersicurezza**

**Alessandro Profumo, dal 2017
amministratore delegato di
Leonardo, racconta come
l'azienda è diventata leader
globale nei sistemi di difesa
contro gli attacchi informatici**

— pag. 11

INTERVISTA

Sicurezza informatica. Il centro operativo di Chieti contrasta 110 milioni di minacce all'ora: così difende siti e infrastrutture

Profumo: «Leonardo protegge 29 Paesi Nato contro i cyber-crimini»

Antonio Larizza

ROMA

Ogni ora, il Centro operativo per la cybersicurezza di Leonardo che sorge a Chieti rileva 110 milioni di eventi di sicurezza. Gli incidenti di sicurezza catalogati come «sostanziosi» gestiti ogni anno sono 20.000. Il dato non deve stupire: Leonardo protegge la sicurezza informatica di quasi tutta la Pubblica amministrazione italiana (Agid, Mef, Mae, Miur) degli enti previdenziali (Inps, Inail, Istat) e di molte PA locali: regioni, autorità portuali, aziende sanitarie. Ma anche infrastrutture critiche nazionali, industrie multinazionali e, dal 2012, oltre 75 siti in 29 paesi

della Nato: vale a dire 70.000 utenze «critiche», per cui fronteggia 200 milioni di eventi di sicurezza al giorno e 3.500 incidenti all'anno. Quello con la Nato è il maggior contratto di cyber security mai aggiudicato fuori dai confini degli Stati Uniti.

Il Security operation center (Soc) Leonardo di Chieti utilizza una delle infrastrutture di supercalcolo più grandi al mondo dedicate alla sicurezza informatica. Leonardo, che lavora anche con il ministero della Difesa del Regno Unito, è ormai punto di riferimento del settore. Oggi domani l'azienda organizza a Roma «Cybertech Europe 2018»: evento di respiro europeo promosso in collaborazione con Cybertech Global events. Il Sole-24 Ore ha incontrato Alessan-

dro Profumo, amministratore delegato di Leonardo: l'ex banchiere alla guida dell'ex-Finmeccanica, che aprirà oggi la sessione plenaria dei lavori presso il Convention center La Nuvola di Roma, racconta come la sua organizzazione – dopo aver garantito la difesa sui fronti terrestri, aereo, marittimo e spaziale – si è preparata anche per la guerra della “quinta dimensione”,



quella cibernetica.

Dottor Profumo, quanto è cruenta la guerra della “quinta dimensione”?

Lo dicono i dati: nel 2017, la cybersicurezza è costata a imprese e privati di tutto il mondo 500 miliardi di dollari. Cinque volte di più rispetto al 2011.

Ritiene che questo rischio sia correttamente percepito tra istituzioni, cittadini e imprese?

Le istituzioni hanno fatto molti passi avanti nel comprendere l'urgenza del problema. E lo stesso le grandi imprese. C'è molto lavoro da fare ancora tra le piccole e le piccolissime imprese, che poi sono la maggioranza nel nostro tessuto industriale, che risulta quindi particolarmente esposto. Così come molti strati della popolazione. Un'asimmetria di percezione che non va sottovalutata e va colmata.

Il digitale è così vicino a noi, ne siamo immersi, non ne possiamo fare a meno al punto che facciamo fatica a vederne i pericoli?

Dall'esterno non è facile percepire questa nuova minaccia: io stesso arrivando in Leonardo dal mondo della finanza ho mutato, nel tempo, la consapevolezza su questi temi.

Il mondo della finanza, e in particolare quello bancario, hanno da sempre protetto i loro sistemi sul fronte cibernetico. Tra i settori industriali, quello bancario è forse il più “preparato”. Che cosa ha imparato in Leonardo su questi temi, che prima non sapeva?

Nel mondo bancario si tende a considerare la cybersicurezza come un obbligo normativo: ci si protegge prima di tutto per rispettare dei regolamenti e permettere al sicuro i dati dei clienti. È questa la prima spinta per questo tipo di investimenti. Non si ha, da quella prospettiva, una reale dimensione della minaccia. Che è di gran lunga più vasta di quella che si può immaginare.

E poi ci sono le conseguenze...

Certo, per un correntista sapere che la sua banca è stata “bucata” dagli hacker...

Appunto. Ovviamente il furto di dati ha un costo. Ma la conseguenza più grave, per una banca, e di gran lunga più costosa, è quella del danno reputazionale. La cybersicurezza è molto di più di un obbligo normativo. E richiede un cambio nella cultura aziendale.

Che cosa intende per nuovo approccio culturale?

Anche in questo caso le rispondo con un dato, anticipandole quanto emerge dall'ultima rilevazione dell'Osservatorio *Information Security & Privacy* della School of Management del Politecnico di Milano (di cui Leonardo è partner, ndr): l'82% dei rischi informatici in azienda è dovuto alla scarsa consapevolezza o alla distrazione dei dipendenti.

Il nemico più pericoloso di noi stessi, siamo noi?

Dalla mia esperienza posso dirle che spesso le falle sono nei processi organizzativi di un'azienda. L'esigenza è sentita, tanto che oltre un'azienda su due di quelle monitorate dall'Osservatorio, il 56%, ha definito un piano di formazione sui temi dell'information security e privacy con orizzonte annuale e il 26% con orizzonte pluriennale. Ovviamente servono anche sistemi cyber-fisici all'avanguardia. Tanto più all'avanguardia quanto più aumenta la dimensione e la natura “sensibile” dell'organizzazione da proteggere.

Formazione e investimenti in sistemi di cybersicurezza richiedono investimenti. In Italia oggi per la difesa si spende poco più dell'1% del Pil. Il ministro della Difesa Elisabetta Trenta ha proposto di fissare un tetto minimo del 2% per i paesi Nato, e di inserire in questa voce anche le

spese per la cybersicurezza?

È una proposta condivisibile. Questa nuova guerra va combattuta con armi all'altezza della sfida lanciata dai cyber criminali. Per noi è un'opportunità e partiamo da una situazione di vantaggio: possiamo capitalizzare le competenze maturate negli anni per produrre servizi e prodotti di difesa sicuri anche da un punto di vista dei cyber-attacchi. Competenze che ora possiamo rivendere sul mercato. Leonardo è pronta per la guerra nella “quinta dimensione”.

Che cosa vi aspettata dalla rinnovata collaborazione con Cybertech global events?

Oggi e domani, a Roma, oltre a rappresentanti di grandi imprese come Accenture, Karspersky e Trend Micro e al fianco di rappresentanti del Governo, della Commissione europea e di alcune università, Cybertech Europe ospiterà anche il *Global Cybertech startup Pavilion*: uno spazio per startup innovative del settore che metteranno in mostra le loro tecnologie più all'avanguardia.

Prove tecniche di “open innovation”?

Da tempo stiamo cercando di farci “contaminare” dal mondo dell'università e delle start-up. Non è facile, visti gli aspetti critici della nostra attività. Ma ho iniziato questo percorso con convinzione e voglio procedere su questa strada per favorire l'innovazione a tutti i livelli dell'azienda.

Quali sono i filoni di ricerca più promettenti?

A fianco delle soluzioni tradizionali e ben testate, ci stiamo concentrando su applicazioni basate sulle nuove tecnologie. Domani una sessione sarà dedicata alle applicazioni cyber di blockchain e intelligenza artificiale.

Anche le frontiere della cyber innovazione vanno presidiate?

Se non lo facciamo noi, lo faranno altri al nostro posto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alessandro Profumo. Amministratore delegato di Leonardo dal 16 maggio 2017

La posta elettronica certificata non è idonea a conservare l'e-fattura

ADEMPIMENTI

Il sistema deve produrre, indicizzare e bloccare temporalmente i documenti

Alessandro Mastromatteo
Benedetto Santacroce

La posta elettronica certificata non è, di per sé, uno strumento per assolvere agli obblighi di conservazione. L'avvento della fattura elettronica non muta gli obblighi di conservazione dei registri Iva. La conservazione elettronica non impone comportamenti immediati, ma richiede un adeguamento da concludersi entro il 31 gennaio del 2020. Queste sono le risposte ai quesiti giunti sul tema della conservazione nei giorni scorsi al Sole 24 Ore.

L'utilizzo della Pec

La nozione giuridica di conservazione dei documenti, in modo del tutto semplicistico, è il rispetto di determinate regole per dare validità nel tempo a un atto a contenuto giuridico. La Posta elettronica certificata è lo strumento che dà certezza al trasferimento da un soggetto ad un altro di una comunicazione o di un contenuto. Le due nozioni possono trovare un punto di contatto nel momento in cui il soggetto che invia un documento provvede a conservare gli esiti della trasmissione e il contenuto della "busta" inviata. Come si comprende le due nozioni sono tra loro complementari, ma il loro contenuto e la loro funzione è ben distinta.

La domanda posta era se un'impresa che si avvale della Pec per l'invio delle fatture elettroniche ha soddisfatto anche l'adempimento della conservazione dei documenti digitali trasmessi e ricevuti. La risposta, per quanto evidenziato in precedenza, è sicuramente negativa. Infatti, mentre la Pec è lo strumento che utilizziamo

Bisogna adeguarsi entro il 2020. Dalle Entrate un servizio per archiviare

per avere certezza che la fattura inviata raggiunga il destinatario o il soggetto delegato dal cliente a riceverla, la conservazione implica che il contenuto del messaggio venga dal fornitore prodotto, indicizzato, staticizzato, sigillato con una firma elettronica e bloccato temporalmente con un'ulteriore firma apposta da una certification authority (time stamping).

Registri Iva

L'arrivo delle nuove regole di fatturazione non implica l'obbligo di conservazione elettronica dei registri Iva. Infatti, l'articolo 39 del Dpr 633/72 impone solo nel caso in cui si riceva una fattura elettronica la conservazione della stessa con la medesima modalità. Inoltre, per quanto riguarda la stessa tenuta dei registri Iva, si sottolinea che il Decreto dignità (articolo 11, comma 3 ter Dl 87/2018 come modificato in sede di conversione) prevede, addirittura l'abolizione dell'obbligo. Pertanto con la fattura elettronica il contribuente potrebbe anche non tenere più i registri Iva. Quello che lascia perplessi è che se il registro Iva (come tutti i documenti attivi di un'impresa) è prodotto in modalità virtuale non si comprende perché lo si debba ancora stampare.

La tempistica di conservazione

Il timore più forte per l'arrivo dell'obbligo della conservazione elettronica è costituito dal fatto che i contribuenti non si sentono pronti. Il timore non deve sussistere: per la conservazione delle fatture si può fare affidamento sul servizio delle Entrate; inoltre per le fatture ricevute dal 1° luglio 2018 il processo di conservazione va chiuso entro il 31 gennaio del 2020.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'iniziativa di 4.Manager sarà presentata il 3 ottobre a Roma

Nasce l'osservatorio che accende il faro sui manager

Claudio Tucci

Il campanello d'allarme suona a ogni rapporto, nazionale e internazionale: le aziende italiane, negli ultimi 15 anni, hanno registrato una brusca frenata di crescita e produttività. Certo, il fenomeno è, in parte, legato alle turbolenze che hanno investito, - con più o meno intensità, nel tempo - i mercati mondiali, e a politiche pubbliche spesso poco attente a industria e competitività.

Ma non c'è dubbio che l'Italia sconti, soprattutto, un significativo deficit di competenze. Che interessa sia il lato dell'offerta, sia quello della domanda, determinando quello che l'Ocse ha definito una condizione di "low-skills equilibrium".

Il tema è strategico. Per questo, Confindustria e Federmanager hanno deciso, nei mesi scorsi, di dar vita all'associazione 4.Manager per rispondere ai fabbisogni emergenti dei territori e per spingere la crescita di manager e imprenditori. Il prossimo passo, concreto, scatterà il 3 ottobre con la presentazione dell'Osservatorio di 4.Manager, una "cassetta degli attrezzi" per analizzare e interpretare al meglio la voce del tessuto produttivo sui temi del mercato del lavoro e delle competenze manageriali attraverso studi, ricerche, e raccolta di informazioni.

«Le competenze manageriali è vero sono un fattore di competitività - spiega al Sole24Ore il presidente di 4.Manager, Stefano Cuzzilla -. I dati più recenti sul nostro Paese descrivono un gap in competenze di alta qualifica, in particolare di tipo digitale, e questo incide sulla capacità del sistema di produrre e generare valore. Posso dire che con 4.Manager, Federmanager e Confindustria hanno voluto alzare l'asticella mettendo in campo uno strumento concreto basato su una alleanza tra manager e imprenditori. Le competenze manageriali e la capacità di sviluppare modelli di business innovativi sono fulcro della nostra azione comune».

Del resto, il vantaggio competitivo delle imprese che innovano il proprio modello di business si attesta sul

+8,5% degli utili nell'arco di tre anni, rispetto a quelle che producono innovazione solo parziale, secondo quanto testimonia la ricerca condotta da Ibm e Boston Consulting Group.

Inoltre, in base ai dati emersi dalla rilevazione Excelsior, targata Unioncamere-ministero del Lavoro, la domanda di dirigenti non supera le 6.800 unità, meno dello 0,2% delle quasi 4,1 milioni di entrate globali, per lo più espressa da imprese di dimensione superiore ai 50 addetti. Contemporaneamente, la percentuale di casi in cui le imprese denunciano difficoltà di reperimento per le figure dirigenziali sfiora il 30 per cento.

Va anche detto che oltre un terzo delle entrate dirigenziali previste (il 34%, per l'esattezza) proviene da imprese operanti nel commercio. A questo seguono il comparto industriale (27%) e quello dei servizi alle imprese (19 per cento).

La domanda di figure dirigenziali è fortemente concentrata nel Nord-Ovest, da cui provengono oltre la metà delle previsioni di ingresso (56%), mentre - all'estremo opposto - il Meridione e le isole esprimono solo il 10% del fabbisogno di figure dirigenziali.

La crescita delle professionalità manageriali è essenziale pure per sfruttare appieno il vantaggio economico e produttivo delle nuove tecnologie, soprattutto di quelle che, per manifestare al massimo le loro potenzialità, richiedono approcci innovativi anche a livello organizzativo e di processo come, per esempio, quelle alla base della quarta rivoluzione industriale.

«Parliamo, nel dettaglio, di competenze nei campi dell'internazionalizzazione, dell'innovazione e dell'economia circolare che l'Italia ha bisogno di definire velocemente e sostenere con politiche adeguate - aggiunge Cuzzilla -. Per quale motivo dovremmo puntarci? Perché consentono alle aziende di beneficiare dei progressi tecnologici e delle nuove modalità organizzative e gestionali. Tutte leve per incrementare la produttività».

La domanda di dirigenti è concentrata nel Nord Ovest con metà delle previsioni di ingresso (56%)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Di Maio: sulle frequenze tv pronti a valutare correttivi alle norme per il passaggio alle tlc

Sono iniziati ieri i lavori del Tavolo Tv 4.0 voluto dal ministero per lo Sviluppo economico per accompagnare il rilascio delle frequenze in banda 700 da parte delle televisioni a favore delle telco in vista del 5G. Il ministro Luigi Di Maio, che ha presieduto il tavolo, ha detto che il governo è pronto «a valutare interventi correttivi e/o integrativi della normativa di settore anche al fine di garantire la riorganizzazione e la competitività del sistema radiotelevisivo digitale terrestre». Al tavolo partecipano rappresentanti delle istituzioni competenti in materia, gli operatori televisivi e le associazioni di categoria.

I nodi da sciogliere sono molteplici (si veda *ItaliaOggi* di sabato), anche perché la legge di bilancio 2018 che ha previsto il rilascio non ha indicato nel dettaglio molti aspetti del processo.

«Come già detto è una legge da completare», ha spiegato Franco Siddi, presidente di Confindustria Radio Televisioni che ha la vicepresidenza del tavolo insieme con l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, «e a tal fine Crtv chiede di promuovere in questa sede una proposta di revisione legislativa, propedeutica all'avvio della transizione e indispensabile per rendere condivisibile e soprattutto praticabile e gestibile il percorso, garantendo la tenuta del settore nel rispetto del principio di utilizzo efficiente dello spettro radioelettrico. I tempi sono strettissimi, dobbiamo arrivare a una proposta prima che sia incardinato il disegno di legge di Bilancio 2019, ultimo veicolo disponibile per intervenire in via definitiva sul percorso di transizione».

Siddi ha sottolineato come sia necessaria una rivisitazione delle effettive necessità di banda del comparto nazionale e locale. «A tale riguarda osserviamo», ha continuato Siddi, «che la riserva di un terzo per l'emittenza locale non è un dogma, come peraltro ribadito dagli stessi operatori locali. E, tuttavia, richiamando quanto detto stamani dal Ministro, riteniamo che il processo vada accompagnato nel rispetto

delle esigenze legittime di tutte le imprese coinvolte e degli utenti».

Al tavolo anche il presidente dell'Associazione tv locali, Maurizio Giunco, così come il coordinatore di Aeranti-Corallo, Marco Rossignoli che ha sottolineato come le emittenti locali rischiano di chiudere e ha elencato le questioni ancora aperte: dall'incognita sulla capacità produttiva spettante nel momento in cui si rilasciano le frequenze alle regole sulla condivisione dei multiplex, sottolineando come la riserva di un terzo degli spazi trasmissivi sia determinata per legge proprio per garantire la sopravvivenza delle tv più piccole ed è questo l'obiettivo che si deve tener presente.

Sul tavolo, al momento, le risorse disponibili sono circa 700 milioni di euro, 300 milioni in tre anni per indennizzare le tv locali, dal primo gennaio 2021, 270 mln per la riconfigurazione delle reti, 100 milioni per i consumatori per la sostituzione dei decoder necessari per la nuova modalità di ricezione e 60 milioni per la parte organizzativa. Risorse che secondo gli operatori potrebbero non bastare. Per questo ad esempio una delle proposte arrivate sul tavolo da parte di Confindustria Radio tv, cui è affidata insieme all'Agcom la vicepresidenza del tavolo, è stata quella di prevedere che una parte dell'extra gettito che il governo incasserà dall'asta per le frequenze, che si sta avvicinando al doppio di quanto inizialmente previsto dalla scorsa Finanziaria, circa 5 miliardi, possa essere destinato al passaggio alla nuova modalità trasmissiva.

— © Riproduzione riservata — ■



Tv, una gara per evitare il caos sulle nuove frequenze

IL TAVOLO CON DI MAIO

Gli operatori chiedono di usare il «tesoretto» dell'asta 5G per le compensazioni

Carmine Fotina

ROMA

Si è partiti con un tavolo tecnico. Si potrebbe finire con una norma e con una nuova gara per mettere ordine tra le frequenze delle emittenti nazionali. Il ministero dello Sviluppo prova a stringere sul complicato dossier del passaggio della banda 700 megahertz dagli operatori tv a quelli della banda ultralarga. Al tavolo coordinato ieri dal ministro Luigi Di Maio hanno partecipato emittenti nazionali e locali, operatori di rete, radio, fornitori di elettronica e televisori, associazioni di settore, rappresentanti delle regioni.

La gara in corso per le frequenze 5G per la banda ultralarga mobile rivoluziona il settore. Per far posto a chi si aggiudicherà le risorse 5G i broadcaster dovranno traslocare - gradualmente, entro la metà del 2022 - su nuove frequenze e il sistema digitale terrestre si aggiornerà nello standard Dvb-T2. L'Authority tlc, a quanto si apprende, dovrebbe incardinare due provvedimenti: uno sui criteri di conversione dei diritti d'uso e l'altro su un'"analisi di mercato" sulle esigenze di capacità trasmissiva per broadcaster nazionali e locali all'indomani della svolta «5G». Secondo l'Authority non è più ammissibile la riserva di almeno un terzo delle frequenze per le tv locali (regola ritenuta non più giustificabile dato l'uso più efficiente dello spettro). Di qui l'analisi per certificare la possibilità di soddisfare i bisogni delle "locali" anche con una minore disponibilità di capacità trasmissiva. In quel caso si libererebbe spazio per le emittenti nazionali. Ma come asse-

gnarlo? Lo staff del ministro starebbe pensando a una procedura competitiva. Il disegno potrebbe essere avviato dal punto di vista normativo con la legge di bilancio.

Il tavolo, che si aggiornerà con gruppi tecnici, non si preannuncia però una passeggiata. Già ieri sono emerse posizioni diverse, anche aspre in alcuni casi; l'allarme per il ritardo fin qui accumulato; una certa preoccupazione sui tempi dello switch off al nuovo sistema (l'industria chiede maggiori certezze), sulle compensazioni economiche (per alcuni insufficienti) previste per gli operatori e sugli incentivi per gli utenti che in futuro dovranno adeguare decoder o televisori allo standard Dvb-T2. Ed iniziano ad emergere le mire sull'extraggettito della gara sul 5G che ieri è arrivata a 5,15 miliardi, più del doppio della base d'asta fissata a 2,5 miliardi. Gli operatori potrebbero chiedere al governo di utilizzare una quota del "tesoretto" per aumentare le compensazioni o gli incentivi. Si deciderà nelle prossime settimane. Del resto, Di Maio sarebbe intenzionato a sfruttare almeno una parte dell'extraggettito per l'innovazione digitale. Ieri il ministro ha parlato dell'obiettivo di assicurare il trasferimento delle frequenze entro le scadenze stabilite, anche «valutando interventi correttivi e/o integrativi della normativa di settore». «I tempi sono strettissimi», osserva Franco Sidi, presidente di Confindustria Radio Tv, «dobbiamo arrivare ad una proposta prima che sia incardinato il Ddl bilancio, ultimo veicolo disponibile per intervenire in via definitiva sul percorso di transizione». Anitec-Assinform, con il vicepresidente Marco Hannappel, in rappresentanza dei fornitori di televisori e apparati, incalza sulla necessità di «tempistiche certe e di una corretta programmazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Superati i 5 miliardi d'incassi per il 5G E l'asta non è finita

TLC

Tim e Vodafone pronti a spendere 1,3 miliardi a testa. Oggi i nuovi rilanci

Andrea Biondi

Fra le file del Governo ci si starà sicuramente stropicciando gli occhi per gli incassi in arrivo dall'asta per l'assegnazione delle frequenze utili per lo sviluppo del 5G. Ieri le entrate sono salite oltre quota 5,1 miliardi. Oggi alle 10 si riprende, ma ieri la tornata di rilanci ha fatto infrangere un nuovo record al rialzo, con un incasso che va oltre il doppio della cifra prevista dalla legge di Bilancio di fine 2017.

Il fatto è che nessuno molla, in una battaglia che si sapeva sarebbe stata combattuta. L'asta, per come immaginata nella legge di Bilancio, ha fatto drizzare i capelli agli operatori appena sono state stabilite le regole. Nella banda 3,7-3,8 GHz, quella che più immediatamente sarà coinvolta nei progetti di sviluppo del 5G, sono stati infatti messi in palio due blocchi di fre-

quenze da 80 MHz più due da 20. Il limite "aggregabile" è di 100 MHz. Con 4 operatori che stanno gareggiando (Tim, Vodafone, Wind Tre e Iliad), le telco stanno duellando per non finire a bocca asciutta.

In quella parte di spettro a spuntarla per il momento sui due blocchi da 80 MHz sono Vodafone e Telecom. Ma a prezzi non da poco: 1,3 miliardi di euro ognuno. Poi sui due da 20 le offerte vincenti sono quelle di Wind Tre (235,7 milioni) e Iliad (102 milioni). Se per caso Wind Tre dovesse non insistere sui blocchi da 80, è pensabile che darà battaglia successiva su quelli da 20. Insomma, gli ingredienti per immaginare ulteriori aumenti ci sono tutti. Ma gli esborsi delle telco sono comunque già ora da record. Considerando tutti i blocchi di frequenze in gara - la 700 MHz, disponibile al 2022 e già assegnata a Iliad, Vodafone e Telecom; la 3,7-3,8 GHz e la 26,5-27,5 GHz - gli investimenti ora vedono in testa Vodafone (2,03 miliardi), seguita da Telecom (2,01 miliardi), Iliad (811,4 milioni), Wind Tre (268,3 milioni) e Fastweb (32,6 milioni, solo per un blocco nella 26,5-27,5 GHz).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Telecom Italia congela la cessione di Sparkle

TLC

In attesa di chiarimenti dal Governo, salta la nomina degli advisor finanziari

Antonella Olivieri

L'iter di cessione di Sparkle è sospeso. Dopo il beauty contest, dal cda Telecom di lunedì ci si aspettava uscisse la scelta degli advisor per curare la vendita. Il mandato però non è arrivato a nessuna delle banche che ha partecipato all'asta per il semplice motivo che il board ha deciso per il momento di soprassedere. O meglio ha deciso che sono necessari ulteriori approfondimenti per capire quali sono le intenzioni del Governo e quali sono di conseguenza vincoli e paletti, dal momento che sulla società dei cavi internazionali insiste tuttora il golden power. A inizio mese il ministro dello Sviluppo economico Luigi Di Maio aveva detto in un'intervista a questo giornale: «non permetteremo che si venda Sparkle». E l'ex presidente, nonché ceo di Vivendi, Arnaud de Puyfontaine, aveva condiviso che «Sparkle non va venduta», salvo precisazione successiva «se non in accordo col Governo». Già a prescindere, per il venditore il momento non è dei più favorevoli visto che nel 2015 Sparkle aveva un Ebitda che sfiorava i 200 milioni, mentre lo scorso anno era sceso a 154 milioni e le stime per il 2018 arrivano appena a 120 milioni. Applicando un multiplo di 7 volte l'Ebitda, si arriverebbe a una valutazione di 840 milioni, più o meno la cifra che Cdp era disposta a mettere sul tavolo quando trattava su Me-

troweb. Gli analisti continuano a indicare nel tandem Cdp-F2i il più logico interlocutore «nazionale», ma il fondo infrastrutturale è attualmente impegnato nell'Opa su Eitowers e prima di impostare nuove acquisizioni di rilievo F2i dovrà probabilmente lanciare un quarto fondo.

Non appare semplice neppure la cessione di Persidera. Ieri Raiway ha confermato di avere presentato un'offerta vincolante che in teoria valorizza l'intera Persidera un po' più di 250 milioni, ma l'offerta è relativa solo alla parte infrastrutturale della società che detiene i mux (canali tv per il digitale terrestre), perché l'emittente pubblica ha già raggiunto il tetto dei 5 mux, mentre neppure F2i, col quale aveva presentato la precedente offerta, può rilevarli essendosi mosso su Eitowers che pure ha già 5 mux. Il fondo di private equity ISquared avrebbe offerto invece 270 milioni per l'intera Persidera, ma resta il nodo del socio di minoranza Gedi, che non vuole sopportare minusvalenze (il 30% è in carico a 105,9 milioni, con una valutazione implicita di 353 milioni per il 100% di Persidera). Sbrogliare la matassa sarà compito dell'ad Tim Amos Genish che, caduti i paletti Ue derivanti dal controllo di fatto di Vivendi, ha ripreso il mandato a negoziare la migliore offerta. L'offerta parziale di Raiway si avvicinerebbe ai multipli di Gedi, considerarla però vorrebbe dire per i venditori trovare un acquirente per i mux che, in prospettiva, potrebbero interessare anche agli operatori di tlc visto che tra qualche anno saranno convertibili in frequenze a 700 mhz. Fre-

quenze che Telecom ha già opzionato nell'asta per il 5G, al contrario di Wind Tre che ha preferito concentrarsi sulla fascia dei 3.700 mhz, dove si stanno raggiungendo valutazioni stellari (Vodafone e la stessa Telecom hanno offerto più di 1,3 miliardi per questa banda).

Da segnalare infine che Telecom ha pubblicato sul sito i regolamenti di consiglio, comitato nomine e remunerazione, comitato controllo e rischi, codice di autodisciplina e procedura informazioni privilegiate, aggiornati nell'ultima riunione dal cda. La novità principale riguarda l'informativa al consiglio (o al comitato competente che poi ne riferisce) «in via preventiva» riguardante la «nomina di manager a diretto rapporto degli amministratori esecutivi e la designazione dei ceo delle controllate di maggiore rilievo». Passaggio che assume un certo rilievo in un contesto nel quale la maggioranza del board (designata dal fondo Elliott) è composta da soli amministratori indipendenti, mentre l'ad era il capofila della lista finita in minoranza (quella del primo socio Vivendi). Il comitato controllo e rischi dovrà essere composto da soli indipendenti, senza deroghe. Infine, sono state aggiunte regole per il trattamento delle informazioni «rilevanti» suscettibili di diventare «privilegiate».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Telecomunicazioni

Rai Way presenta offerta per rilevare la rete di Persidera

MILANO

Rai Way ha «sottoposto ai soci di Persidera un'offerta vincolante, soggetta a talune condizioni, per l'acquisizione dell'infrastruttura di rete e delle relative attività», ha annunciato ieri in una nota. Persidera, nata dalla joint venture tra Telecom Italia Media Broadcasting, appartenente al gruppo Telecom Italia che oggi controlla il 70% di Persidera, e Rete A, di proprietà del Gruppo Editoriale L'Espresso (Gedi) che ne detiene il restante 30%, è il più importante operatore di rete indipendente in Italia con 5 multiplex digitali nazionali. Rai Way ne possiede altri 5 ed è per questo che l'Antitrust potrebbe porre qualche paletto all'operazione. Il secondo nodo per la cessione è il prezzo, non ancora definito.

5

Persidera, con 5 Mux, è il maggior operatore indipendente



Fake News, ecco perché sono "colpa" di Uber e Airbnb

L'ITER LOGICO è che i social media hanno creato le folle intelligenti (smart mobs) e che queste folle non solo sono globali grazie all'estensione del web ma sono anche disintermedie e in grado di creare "fatti sociali" con "potere coercitivo elevato" al punto di mettere in discussione i "fatti sociali istituzionali" presenti nelle reti di cui fanno parte: lo scrive Giuseppe Riva, professore ordinario di Psicologia della Comunicazione alla Cattolica di Milano nel suo volume edito da Il Mulino "Fake News". "I primi a mettere in atto questo potenziale sono stati i protagonisti della sharing economy - spiega Riva - che hanno permesso ai loro membri di ottenere delle identità professionali di driver e host senza dover passare attraverso una istituzione e i vincoli che questa impone". La soluzione? Forse tracciare un piano d'azione contro le bufale in tre livelli (istituzionale, di rete e di utente) o istituire un patentino di navigazione, evolvere proprio come è accaduto per le auto dell'Ottocento, quando per guidarle era sufficiente possederle.



• **Fake News**
Giuseppe Riva
Pagine: 195
Prezzo: 14€
Editore:
il Mulino



Instagram founders taken out of picture at Facebook

System and Krieger step down six years after website's takeover in wake of tensions

'Kevin was not making the product decisions, Facebook were'

TIM BRADSHAW — LOS ANGELES
ALIYA RAM — LONDON

A parade of senior executives has left Facebook in recent months. Each time, the choreography has been similar, including a valedictory post on the social media site, below which their former colleagues can wish them well.

When Kevin Systrom abruptly quit on Monday, there was no such post on his Facebook profile.

Instead, the founder of Instagram, the photo-sharing website bought by Facebook six years ago took to Twitter and Instagram to release his statement. The subtle snub will not have gone unnoticed in Facebook's Menlo Park headquarters, and hints at the tensions behind the departure of Mr Systrom and Mike Krieger, Instagram's co-founder.

Mark Zuckerberg, Facebook's founder, issued a brief statement paying tribute to Instagram's "extraordinary product leaders". But while the moment of their simultaneous departure may have come as a shock, Facebook insiders and friends of the close-knit pair say they are surprised that it took them this long to leave.

The duo had stayed on past the four-year earn-out period that is typical of Silicon Valley deals, as Instagram flourished under Facebook's ownership. But in recent months, as Facebook asserted greater control, the relationship soured.

For the first two years after he sold his company, Mr Systrom was riding high internally. Instagram's growth accelerated after being plugged into Facebook's

more robust technical infrastructure and its larger social network.

Its number of monthly active users increased tenfold from about 30m around the time of the acquisition to 300m by the end of 2014. Instagram had quickly turned from a favourite app of Silicon Valley influencers to a must-have for any young smartphone owner.

But the dynamic shifted after Facebook paid \$22bn for the messaging app WhatsApp in 2014. Suddenly, the Instagram purchase paled by comparison, even as the stock-based proceeds of Mr Systrom and Mr Krieger's deal continued to appreciate.

"Seller's remorse kicked in at that point," said one person close to the situation.

Those issues deepened in the years that followed, and Facebook's influence gradually started to become more evident at Instagram.

For a long time, Instagram was run at arm's length from its parent company, with Mr Zuckerberg committing at the time of the acquisition to "building and growing Instagram independently".

The initial success of that set-up was touted as a model when Mr Zuckerberg made pitches to other entrepreneurs whose start-ups he wished to acquire. Mr Systrom fought hard to keep a separate building for Instagram within the Facebook campus.

While insisting that he and Mr Krieger "remain excited for the future of Instagram and Facebook in the coming years", Mr Systrom said that they had to leave "to explore our curiosity and creativity again".

Neil Campling, analyst at Mirabaud Securities, said the letter was an "implication that such innovation had become stifled within the confines of Facebook".

"Recently there has been a shift in the power dynamic between the social media platform and its photo-sharing

app," he added.

Faced with growing competition from Snapchat in 2016, Mr Systrom had hired a former product executive from Twitter, Kevin Weil, to overhaul the platform.

The subsequent introduction of features such as ephemeral Stories quickly became hugely popular and successfully fended off Snapchat's threat. Even as Facebook's growth has ground to a halt in developed markets such as North America and Europe, Instagram has continued to thrive, surpassing 1bn users in June.

But Mr Weil's move earlier this year to become vice-president of product for Facebook's blockchain unit was seen by some as the beginning of a new era at Instagram.

He was replaced by Adam Mosseri, a rising star at Facebook and a direct report of Chris Cox, a member of Mr Zuckerberg's inner circle.

That pushed Mr Systrom further from the centre of Facebook's power and, despite retaining the job title of chief executive, sidelined from ultimate control of his creation.

"Kevin was not making the product decisions, Facebook were," said one person close to the company. "Kevin didn't have a voice at the table."

Estimates from data provider Nielsen show that the average time US users spent on Instagram rose 38 per cent year on year in July, compared with a drop of 6.7 per cent on Facebook.



I fondatori di Instagram abbandonano Facebook

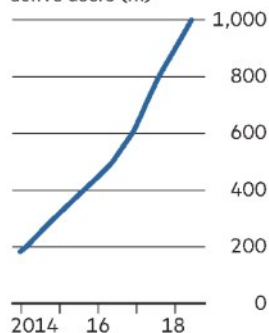
But the very fact that Instagram has become the fastest growing piece of Facebook has brought its own tensions, leaving Mr Systrom frustrated in recent months that he has spent more time dealing with internal politics than the product itself, friends say.

In an earnings call in July, David Wehner, chief financial officer at Facebook, said the company planned “to grow and promote certain engaging experiences like Stories that currently have lower levels of monetisation”, suggesting that even more advertising would be heading Instagram’s way.

That leaves some of Instagram’s loyal users fearful of what might happen to the app when Mr Zuckerberg and his lieutenants are given free rein, without its founders to defend its original ethos.

Instagram posts strong growth...

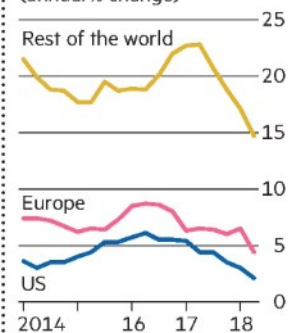
Number of monthly active users (m)



Sources: FT research; company

...but parent Facebook is slowing

Monthly active users (annual % change)



Vodafone perdió 180 millones en 2017

Vodafone pierde 180 millones en 2017 por el coste del fútbol

UN 36% MÁS/ La inversión en contenidos creció un 28%, hasta 408 millones, mientras que las amortizaciones se elevaron en 53 millones, hasta 1.161 millones.

Las amortizaciones crecieron en 53 millones, hasta llegar a los 1.161 millones de euros

Las pérdidas de Vodafone España pasaron de 132 millones a 180 millones de euros

Ignacio del Castillo. Madrid
Vodafone España registró unas pérdidas netas de 180,27 millones de euros en el ejercicio 2017-18 cerrado el pasado 31 de marzo, lo que supone un aumento del 36% respecto a los números rojos de 132 millones que había publicado en el ejercicio inmediatamente anterior.

Por su parte, el grupo Vodafone Ono registró un beneficio de 9,5 millones, un cambio drástico respecto a los 454 millones de pérdidas que había registrado en el año precedente.

Vodafone España es la firma que se ocupa del negocio móvil mientras que Vodafone Ono (la antigua Ono) es la que se ocupa del negocio fijo. El drástico cambio en el resultado de Vodafone Ono obedece a que en el ejercicio 2016-17, las multimillonarias pérdidas procedían en gran parte de los pagos de intereses a la matriz por la deuda contraída con el grupo. Sin embargo, en el pasado ejercicio esa deuda con la matriz se condonó, eliminando así el pago de intereses.

La evolución de las pérdi-

das responde en buena medida al aumento de los costes, especialmente a los del fútbol, y al crecimiento de las amortizaciones por las inversiones. Así, según se señala en la cuenta de resultados el coste de los contenidos, sumando el de ambas filiales (Vodafone España y Vodafone Ono), se elevó en el ejercicio 2017-18 a 408 millones de euros, frente a los 318 millones del ejercicio anterior, es decir, un sobre coste de 90 millones, o un 28% más. De esta cifra, la mayor parte corresponde a los derechos del fútbol, que el consejero delegado de Vodafone España, Antonio Coimbra cuantificó en unos 240 millones de euros para el ejercicio anterior. Igualmente, las amortizaciones de inmovilizado crecieron en el mismo periodo en 53 millones, alcanzando los 1.161 millones frente a los 1.108 millones del ejercicio anterior.

Al mismo tiempo, la venta de teléfonos móviles se redujo, al situarse en 354 millones de euros, un 31% menos que los 512 millones del ejercicio fiscal anterior. En 2016-17, Ono había ingresado 32 millo-

nes por venta de terminales, mientras que Vodafone España alcanzó 480 millones. Sin embargo, un año después, las ventas de Vodafone Ono se desplomaron a sólo un millón y las de Vodafone España se recortaron hasta los 353 millones. La drástica caída de la venta de móviles en Ono, se debe a que esta empresa traspasó los clientes móviles a Vodafone España, mientras que ésta hizo lo mismo con los clientes fijos, que fueron a parar a Vodafone Ono.

Además, el grupo Vodafone realizó el pasado ejercicio otra reordenación de sus filiales, ya que Vodafone España traspasó Vodafone Ono a la matriz europea, mediante el pago de un dividendo extraordinario a la matriz, Vodafone Holding Europe, por importe de 3.897 millones de euros.

Vodafone perde 180 milioni nel 2017 a causa del costo del calcio



WIZTIVI DEPLOIE SES "EXPERIENCES UTILISATEURS" DE TV CONNECTEE DANS LE MONDE

FREDERIC THUAL

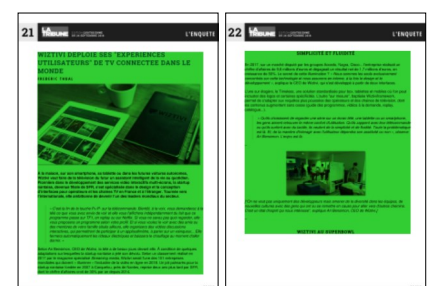


À la maison, sur son smartphone, sa tablette ou dans les futures voitures autonomes, Wiztivi veut faire de la télévision du futur un assistant intelligent de la vie au quotidien. Pionnière dans le développement des services vidéo interactifs multi-écrans, la startup nantaise, devenue filiale de SFR, s'est spécialisée dans le design et la conception d'interfaces pour opérateurs et les chaînes TV en France et à l'étranger. Tournée vers l'internationale, elle ambitionne de devenir l'un des leaders mondiaux du secteur.

« C'est la fin de la touche P+/P- sur la télécommande. Bientôt, à la voix, vous demanderez à la télé ce que vous avez envie de voir et elle vous l'affichera indépendamment du fait que ce programme passe sur TF1, en replay ou sur Netflix. Si vous ne savez pas quoi regarder, elle vous proposera un programme selon votre profil. Et si vous voulez le voir avec des amis ou des membres de votre famille situés ailleurs, elle organisera des vidéos discussions interactives, qui permettront de participer à un applaudimètre, à parier sur un vainqueur... Elle fermera automatiquement les rideaux électriques et baissera le chauffage au moment d'aller dormir. »

Selon Ari Bensimon, CEO de Wiztivi, la télé a de beaux jours devant elle. À condition de quelques adaptations sur lesquelles la startup nantaise a jeté son dévolu. Selon un classement réalisé en 2017 par le magazine spécialisé *Streaming media*, Wiztivi serait l'une des 101 entreprises mondiales qui doivent « illuminer » l'industrie de la vidéo en ligne en 2018. Un joli palmarès pour la startup nantaise fondée en 2007 à Carquefou, près de Nantes, reprise deux ans plus tard par SFR, dont le chiffre d'affaires croît de 30% par an depuis 2014.

Wiztivi, specializzata nei servizi video interattivi multi-schermo, vuole diffondere le sue esperienze nel mondo



SIMPLICITÉ ET FLUIDITÉ

En 2017, sur un marché disputé par les groupes Accedo, Nagra, Cisco... l'entreprise réalisait un chiffre d'affaires de 9,8 millions d'euros et dégagait un résultat net de 1,7 millions d'euros, en croissance de 50%. Le secret de cette illumination ? « *Nous sommes les seuls exclusivement concentrés sur cette technologie et nous assurons en interne, à la fois le design et le développement* », explique le CEO de Wiztivi, qui s'est développé à partir de deux interfaces.

L'une sur étagère, le Timeless, une solution standardisée pour box, tablettes et mobiles où l'on peut incruster des logos et certaines spécificités. L'autre "sur mesure", baptisée Wiztivism, permet de s'adapter aux requêtes plus poussées des opérateurs et des chaînes de télévision, dont les contenus augmentent sans cesse (guide des programmes, vidéos à la demande, replay, catalogue...).

« *Qu'ils choisissent de regarder une série sur un écran télé, une tablette ou un smartphone, les gens aiment retrouver le même confort d'utilisation. Qu'ils zappent avec leur télécommande ou qu'ils surfent avec du tactile, ils veulent de la simplicité et de fluidité. Toute la problématique est là. Et, de la manière d'interagir avec l'utilisateur dépendra son assiduité ou non* », observe Ari Bensimon. L'enjeu est là.

--



[*"On ne veut pas uniquement des développeurs mais amener de la diversité dans les équipes, de nouvelles cultures avec des gens qui ont su se remettre en cause pour aller vers d'autres chemins. C'est un état d'esprit qui nous intéresse", explique Ari Bensimon, CEO de Wiztivi.*]

--

WIZTIVI AU SUPERBOWL

Venue sur le marché de la télé connectée il y a dix ans, avec le développement d'applis pour les opérateurs TV, Wiztivi a, faute d'audiences suffisantes, très vite pivoté pour aller vers la conception et le développement d'interfaces et d'expériences utilisateurs (UI et UEX) pour des acteurs historiques du web ou des médias comme Dailymotion ou NRJ. L'entreprise a depuis convaincu MyTF1, M6 Web, Viacom international, Orange, SFR, RMC Sport, l'opérateur turc Digiturk, le polonais Polsat, Lyberty Global aux Pays-bas, Altice aux États-Unis, Télécentro en Amérique du Sud ou le britannique Vodaphone qui déploie la solution "WiztiviFramework" à travers ses filiales dans le monde, notamment en Italie, en Grèce, en Espagne, en Roumanie...

En novembre 2017, l'américain Altice lançait sa nouvelle box Altice One, dont l'interface utilisateur est désignée par Wiztivi. « Une nouveauté aux USA habitués jusque-là à d'autres systèmes », souligne Ari Bensimon. Indécelable pour les non-initiés, la solution a été projetée sous les feux de la rampe à l'occasion d'une campagne de publicité portée par Ronaldo, diffusée lors du Super Bowl, la célèbre finale de la NFL (National Football League).

VERS LA FIN DES TÉLÉCOMMANDES

À eux seuls, les marchés internationaux représentent 50% du chiffre d'affaires. « Tous les opérateurs sont à la recherche d'expériences utilisateurs innovantes », indique Ari Bensimon de retour du salon des professionnels de l'audiovisuel IBC show à Amsterdam où la startup présentait une interface répondant à la voix, via Alexa (Amazon) ou Ok Google. « C'est la tendance du marché. Les télécommandes vont finir par disparaître », dit-il, à l'instar de Samsung qui, dès 2012, lançait une télé sans télécommande, pilotable à la voix, mais dont la compréhension laissait à désirer...

« Nous avons un vrai rôle à jouer sur l'apport de nouvelles fonctionnalités, sur l'intégration de la voix, le social, le divertissement avec le 'gaming on demand', la communication interactive, les objets connectés... Les opérateurs ont de plus en plus de contenus à mettre en valeur. Mais il faut que ce soit simple et fluide sous peine de perdre l'utilisateur en route ».

En 2016, déjà, l'acquisition d'une société finlandaise, spécialisée dans le jeu à la demande, a permis à Wiztivi d'enrichir son offre avec 300 jeux. Celle-ci emploie une vingtaine de personnes à Helsinki et génère 20% à 25% du chiffre d'affaires.

DES BOULANGERS À LA RESCOUSSE

Grâce à la mise au point d'un code compatible pouvant être développé avec tous les systèmes (IOS, Android, Box, Playstation...), la solution de Wiztivi permettrait de faire gagner un temps précieux aux opérateurs lors de lancement (de box) ou pour les opérations de maintenance. Mais à cinq à dix ans, le véritable défi concerne la multiplication des écrans, la nature et la quantité des informations à ingurgiter.

« Il y aura bientôt des écrans partout. Dans les vitrines, dans les voitures... La voiture autonome va ouvrir de nouvelles perspectives et de nouveaux besoins. Il faudra occuper le conducteur qui sera libéré de la conduite », observe Ari Bensimon, qui entend être présent sur tous les supports.

Pour cela, il s'est rapproché de l'École centrale de Nantes en vue de mener un programme de recherche et des constructeurs automobiles pour participer à des études prospectives. Inventive technologiquement, la startup dont l'effectif est monté à 140 personnes, doit aussi être créative pour faire face à la pénurie de main d'œuvre. Pour cela, elle a élaboré un scénario et un casting originaux. Avec le concours de l'École centrale de Nantes et de Pôle emploi, elle a monté un programme de formation de trois mois destiné à des demandeurs d'emploi en cours de reconversion professionnelle. Objectif : former dix personnes issues de tous horizons pour renforcer les équipes de développeurs, d'ingénieurs et commerciales et plus largement, son pôle de R&D nantais.

« Certains sont boulangers, d'autres viennent de l'hôtellerie, de la chimie... », explique Ari Bensimon.

« Tous étaient en phase de reconversion. On ne veut pas uniquement des développeurs mais amener de la diversité dans les équipes, de nouvelles cultures avec des gens qui ont su se remettre en cause pour aller vers d'autres chemins. C'est un état d'esprit qui nous intéresse. La première promotion a démarré en septembre. Nous ferons le bilan au bout de trois mois avant de renouveler ou non l'expérience », indique le CEO de Witzivi qui vient, par ailleurs, de recruter une chercheuse, spécialisée dans la vidéo et le traitement d'image, et s'apprête à déménager sur 1.500 m², sur la ZAC de la Fleuriaye à Carquefou (44).

« Plus largement, c'est trente personnes que nous cherchons à recruter d'ici à la fin de l'année pour accompagner notre croissance », ajoute-t-il.

Par Frédéric Thual,
correspondant pour *La Tribune* dans les Pays de la Loire