

Rassegna del 27/06/2019

Sole 24 Ore	13 Libra ha scelto Ginevra ma la sede è una scatola vuota - Il mistero di Libra: il palazzo di Ginevra è una scatola vuota	<i>Galullo Roberto - Mincuzzi Angelo</i>	1
Mf	13 Con Libra ci guadagna solo Zuck	<i>Mackintosh James</i>	4
Il Fatto Quotidiano	15 Multinazionali, evasione legale da 20 miliardi - Le multinazionali eludono il Fisco per 20 miliardi l'anno	<i>Palombi Marco</i>	5
Tempo Roma	20 Prima «Blockchain week» per la rivoluzione Bitcoin	<i>Conti Valentina</i>	7
Avvenire	3 Analisi - La battaglia Ue contro falsi e disinformazione - La (buona) battaglia europea contro falsi e disinformazione	<i>Razzante Ruben</i>	8
Sole 24 Ore nòva.tech	26 L'interoperabilità da smart home	<i>Oldani Riccardo</i>	11
Giorno - Carlino - Nazione Inserto	39 Il futuro arriva con il 5g e disegna le smart city	<i>Firenzani Cosimo</i>	13
MF Fashion	1 Intervista a Federico Marchetti - Ynap, ora Marchetti investe sull'Italia - Federico Marchetti: «Porto in Italia l'hub di Mr Porter»	<i>Palazzi Tommaso</i>	15
Italia Oggi	20 Rai accelera sul digitale: potenzia RaiPlay e nuove app - Ora la Rai accelera sul digitale	<i>Plazzotta Claudio</i>	17
Italia Oggi	21 Radio DeeJay punta sul nuovo format di eventi a pagamento - Radio DeeJay svolta negli eventi	<i>Capisani Marco_A.</i>	19
Repubblica	16 Una Rete per la didattica dedicata ai professori	<i>Longhin Diego</i>	21
Stampa	17 Al cda di Tim il punto sul dossier della rete unica Stretta sulla banca partner	<i>Spini Francesco</i>	22
Sole 24 Ore	4 Incentivi alla banda ultralarga da sbloccare	<i>Fotina Carmine</i>	23

LA MONETA VIRTUALE DI FACEBOOK**Libra ha scelto Ginevra
ma la sede è una scatola vuota**

Libra è una moneta virtuale, ma anche l'associazione che dovrebbe finanziarla. Dei 280 milioni di dollari che 28 soci fondatori avrebbero già dovuto versare per ora non c'è un cent. Nel palazzo di sei piani sul lago di Ginevra, dove risultano avere sede Libra Association e Libra Networks, non c'è traccia di Facebook né di Libra. **Galullo e Mincuzzi** — a pag. 13

**Il mistero di Libra: il palazzo
di Ginevra è una scatola vuota****MONETA GLOBALE**

Al numero 13 di Quai de l'Île non esiste l'associazione che gestirà il progetto di FB

Nessuno dei 28 soci ha ancora versato un cent: dovranno essere 280 milioni

**Roberto Galullo
Angelo Mincuzzi**

GINEVRA

Libra è una moneta virtuale ma anche l'Associazione che dovrebbe finanziarla, al momento, non esiste. Dei 280 milioni di dollari che 28 soci fondatori avrebbero già dovuto versare non c'è, per ora, neppure un cent.

Nel palazzo sul lago di Ginevra risultano avere sede Libra Association, alla testa del progetto di valuta virtuale di Facebook e Libra Networks, una srl controllata al 100% da una holding di Facebook domiciliata nel Delaware (Stati Uniti). In realtà l'edificio di sei piani al numero 13 di Quai de l'Île è interamente occupato da Spaces, una società di coworking che mette uffici e spazi a disposizione delle società. Non c'è traccia alcuna di Facebook e di Libra ma ci sono i nomi di oltre 30 aziende tra cui PayPal (tra i partner di Libra Association), Aig (compagnia assicurativa Usa) e diverse società tecnologiche.

Nel registro del commercio di Ginevra non esiste Libra Association, che non è ancora stata iscritta. Facebook probabilmente ha voluto calcare la mano sull'effetto annuncio, riservandosi il tempo necessario per completare le procedure, avviare l'organizzazione e, contemporanea-

mente, dare il via alla raccolta dei finanziamenti.

Le conferme arrivano direttamente dal quartier generale di Facebook a Menlo Park, nell'area di San Francisco (California).

Elka Looks, communications manager di Calibra, società di Facebook che investirà nel progetto, spiega al Sole 24 Ore che «Facebook avvierà la registrazione alla Camera di commercio di Ginevra nelle prossime settimane».

Lo statuto c'è anche se «evolverà dalla forma attuale per includere i 28 soci fondatori. Il processo – continua Looks – sarà completato prima dell'ingresso del successivo gruppo di soci. Lo statuto preliminare è stato utilizzato per dare vita alla Libra Association ma verrà rapidamente modificato nelle prossime settimane e verrà aggiornato secondo i principi di governance fissati».

Quanto ai fondi, per ora le casse sono vuote. La communications manager di Calibra afferma che «il conferimento dei fondi sarà realizzato nei prossimi mesi e ci attendiamo che sarà completato nel 2020».

Al momento esiste soltanto Libra Networks, dunque, che, secondo i piani di Facebook, sarà controllata interamente da Libra Association. Looks afferma che «Libra Networks è una società a responsabilità limitata, sottoposta all'Associazione, della quale diventerà il braccio finanziario. Libra Networks rimarrà una società interamente controllata da Libra Association».

Il gigante californiano declina i verbi al presente ma per ora non c'è nulla di concreto, al punto che «non ci sono informazioni sul giorno in cui si terrà a Ginevra la prima assemblea dei soci».

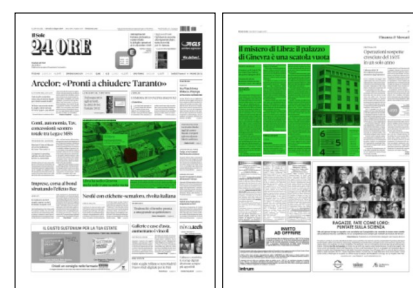
Facebook rassicura su tutto, a partire dalla netta separazione giuridica tra i due soggetti ma un po' di confusione affiora. Interpellato dal Sole 24 Ore, l'ufficio che ne gestisce la comunicazione dichiara infatti che «Libra Networks è il nome ufficiale registrato della Libra Association».

Per cercare di fare chiarezza, il Sole 24 Ore ha contattato 20 dei 28 soci fondatori. In pochissimi hanno risposto e tra quei pochi spiccano le associazioni no profit, che non verseranno un cent per finanziare la moneta virtuale.

Spotify – servizio che offre lo streaming on demand di brani musicali – «non fornisce ulteriori informazioni oltre a quelle pubblicate nel proprio sito». Anche Andreessen Horowitz, azienda statunitense di venture capital da 4 miliardi di dollari, con sede a Menlo Park, non rilascia dichiarazioni.

Alcune risposte vengono dai partners sociali di Libra Association. Mercy Corps, organizzazione globale non governativa di aiuti umanitari, con sede a Portland (Oregon), dichiara che «il nostro potere di voto sarà lo stesso di tutti gli altri soci fondatori. Mercy Corps userà il proprio voto e la propria influenza per mantenere l'obiettivo sugli effetti positivi di impatto sociale».

Il Creative Destruction Lab, programma di seed-stage per aziende,



Dir. Resp.: Fabio Tamburini

promosso dall'Università canadese di Toronto, spiega che non verserà quote e che «è l'unico socio fondatore accademico».

La morale è che è bastato un effetto annuncio per scatenare l'ecosistema delle monete virtuali e far calare una coltre di silenzio tra i soci fondatori.

(ha collaborato Lara Ricci)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

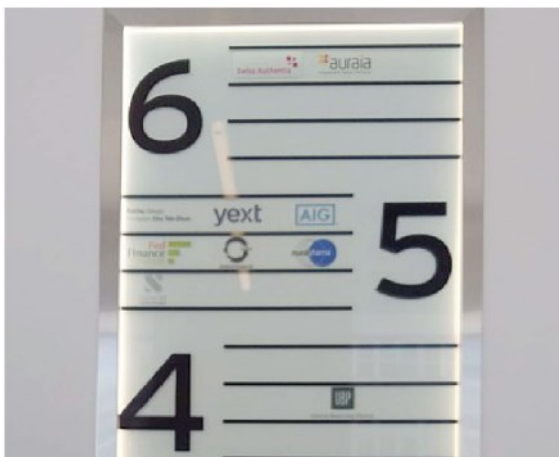
PAROLA CHIAVE

Libra

Criptoaluta

Libra è una criptoaluta creata da un'associazione di aziende tra cui figura anche Facebook, che è l'artefice principale del progetto: la Libra Association raccoglie 28 membri fondatori

ELABORAZIONE GRAFICA SU IMMAGINE TRATTA DA GOOGLE MAPS



Sede fantasma.

Il palazzo che a Ginevra secondo il sito www.libra.org ospita Libra Association, l'organismo a capo della criptoaluta. A sinistra le società che hanno una sede nell'edificio della città svizzera



LA VALUTA DI FACEBOOK È UNA LICENZA PER STAMPARE DENARO, SIGNORAGGIO COMPRESO

Con Libra ci guadagna solo Zuck

I finanziatori del progetto godrebbero degli interessi su riserve stimate in ben 61 miliardi di dollari

DI JAMES MACKINTOSH

Acquistate la Libra di Facebook e darete la licenza di stampare denaro al gigante dei social media. Un gruppo di grandi aziende ha accettato di pagare 10 milioni di dollari a testa per partecipare al progetto, ed è facile capire perché: sulla base di alcune ipotesi ragionevoli circa la sua adozione, potrebbe essere follemente redditizia anche in denaro reale. Approfondendo i dettagli del piano, Libra sembra molto meno attraente per gli utenti. I profitti proverrebbero dagli interessi rivenienti dalle riserve monetarie di Libra, destinate a mantenere stabile il suo valore. Tutti gli interessi saranno dirottati alle società che sostengono l'organo di governo di Libra, mentre i possessori della criptovaluta non guadagnano nulla, dando ai fondatori profitti simili al signoraggio operato dalle banche centrali. Si supponga che uno su 10 degli 1,7 miliardi di utenti al mondo privi di un conto bancario detenga 10 dollari convertiti in Libra, e che più della metà dei 2,4 miliardi di altri utenti di Facebook si iscrivano al progetto, mettendo 50 dollari ciascuno. I finanziatori godrebbero degli interessi su 61 miliardi di dollari di riserve. Nel progetto c'è l'impegno a tenerle investite in un portafoglio molto noioso ma sicuro, fatto di obbligazioni e depositi bancari, che potrebbero rendere l'1% al più. Si tratta di circa 600 milioni di dollari all'anno. Defalcando 100 milioni di dollari come una stima nasometrica di quanto costerebbe far funzionare il sistema e supponendo che ai 24 fondatori iniziali si saranno aggiunte altre 100 aziende a finanziare

l'espansione, il tutto genererebbe un ritorno del 40% sul loro investimento iniziale ogni anno. Se i tassi d'interesse dovessero aumentare, i rendimenti sarebbero molto più elevati. In Cina la rapida espansione di Ant Financial, Baidu e Tencent ha spinto i pagamenti mobili a pesare per oltre il 16% del pil nel 2017, senza tenere conto nemmeno dei trasferimenti tra aderenti ai circuiti. Se Libra contasse per il 16% delle transazioni della carta di credito Visa, processerebbe ben 1.000 miliardi di dollari all'anno; al tasso di velocità della moneta degli Stati Uniti, la criptovaluta dovrebbe detenere una riserva di 200 miliardi di dollari, realizzando profitti per 2 miliardi di dollari, circa un terzo dell'utile netto di Visa nel 2017. (Visa è tra i sostenitori di Libra) Adottando supposizioni meno ottimistiche, le cose non andrebbero così bene. Se gli utenti di Facebook cambiassero in Libra solo 10 dollari ciascuno, i rendimenti sarebbero solo del 3%. E se solo un quarto degli utenti di Facebook adottasse la Libra, il reddito non coprirebbe i costi (presunti, sono tutte ipotesi!). Se le autorità di regolamentazione entrassero in azione, come ha suggerito il governatore della Banca d'Inghilterra Mark Carney, anche i costi sarebbero molto più alti; quelli di Visa sono superiori a 5 miliardi di dollari all'anno. Anche se il bilancio del progetto Libra andasse in pareggio, Facebook e gli altri sostenitori potrebbero sperare di trarre profitto dai servizi costruiti usando la criptovaluta, o dalle (probabilmente grasse) commissioni applicate dalle società di intermediazione (come la nuova Calibra di Facebook) per convertire il denaro in entrata e in uscita dalla criptovaluta. (riproduzione riservata)



NOSTRA CAMPAGNA

**Multinazionali,
evasione legale
da 20 miliardi**

» PALOMBI A PAG. 15

E SUL WEB... Solo Amazon & C. pesano per 6-8 miliardi

Le multinazionali eludono il Fisco per 20 miliardi l'anno

Secondo una stima dell'Europarlamento, l'intera Ueci "perde" tra 160 e 190 miliardi

Il dumping di Stato

Non solo i Caraibi, anche l'Europa ha i suoi "paradisi" tipo Irlanda e Lussemburgo

Aria di vacanze

Prenotate su Booking o Airbnb? A loro andrà il 20-25%, ma le tasse non le pagano in Italia

» MARCO PALOMBI

L'Italia ha storicamente un problema di fedeltà fiscale, percentualmente specie nel Mezzogiorno. Il problema dell'evasione, però, è che la parte effettivamente recuperabile all'erario è solo una parte del totale: ci sono attività economiche, per non fare che un esempio, che semplicemente non sopravviverebbero all'emersione. Negli ultimi decenni, però, accanto alla "vecchia" evasione è cresciuto nel mondo il peso dell'elusione fiscale e, in particolare, quella dei grandi gruppi multinazionali: soldi con cui si creano aziende potenti come Stati e che, come Stati, pretendono legislazioni di favore.

L'elusione è quel meccanismo che, utilizzando scappatoie legali, ha come unico scopo sottrarre al Fisco quanta più base imponibile sia possibile. Molto all'ingrosso, questi grandi gruppi tentano di spostare i loro profitti e le attività delle loro aziende, per quanto possibile, verso i molti paradisi fiscali sparsi per il mondo, Europa compresa,

anche grazie ad accordi bilaterali (spesso segreti) coi governi: di fatto, da due decenni l'aliquota effettiva che le *big corporate* pagano sui loro proventi continua a scendere. Il caso estremo, come vedremo, sono le cosiddette WebSoft, da Google e Amazon in giù.

DI QUANTI SOLDI parliamo? Anche qui si tratta di stime. Nella sola Ue, ad esempio, la Commissione sostiene che nel 2015 erano stati sottratti al fisco dei vari Paesi tra 50 e 70 miliardi. Un più recente rapporto dell'Europarlamento critica questa stima e sostiene che 160-190 miliardi l'anno siano "una stima conservativa delle entrate fiscali per l'elusione delle multinazionali". Volendo applicare in modo spammometrico questo dato all'Italia, che pesa per poco più dell'11% del Pil dell'Unione, si parla di 17-21 miliardi di euro ogni anno.

Il politico più impegnato

per la cosiddetta "web tax" in Italia, il deputato del Pd Francesco Boccia, parla solo per le WebSoft (*Software & Web Companies*) di "una base imponibile superiore ai 50 miliardi: l'Italia dovrebbe recuperare tra i 6 e gli 8 miliardi all'anno". Ricchezza prodotta in Italia su merci e servizi consumati in Italia da Amazon, Facebook e gli altri che prende la via dei paradisi fiscali, Irlanda e Lussemburgo in primis, da lì, in quelli d'Oltreoceano.

I giganti del web sono l'avanguardia dell'elusione fiscale. L'Area Studi di Mediobanca nel suo report sui bilanci 2017 delle multinazionali ne ha censiti 21 (su 397 grandi *corporate* analizzate): pur essendo il 5,2% del campione rappresentano ormai l'8,1% dei profitti "e addirittura il 19,4%



del valore di Borsa". Le prime tre per fatturato sono Amazon (148,3 miliardi), Alphabet (cioè Google con 92,4 miliardi) e Microsoft (75). Per capirci sul loro peso anche "politico", basti dire che queste 21 WebSoft sono società più liquide della media (285 miliardi) e amano la finanza: il 25% del loro attivo è investito in titoli a breve scadenza, più di quanto facciano in percentuale le banche (21%) e incomparabilmente di più delle abitudini delle *corporate* del manifatturiero (3,1%).

Secondo Mediobanca: "Nel 2017 circa due terzi dell'utile ante imposte delle WebSoft è stato tassato in paesi a fiscalità agevolata (Irlanda, Lussemburgo, Paesi Bassi ecc.) con un risparmio di imposte pari a 12,1 miliardi di euro". Nel periodo 2013-2017 il risparmio cumulato sfiora i 50 miliardi.

E questo, ovviamente, non tiene conto di altre pratiche aggressive a partire dall'elusione dell'Iva. Il servizio studi della Camera, ad esempio, ha calcolato per il 2016 in circa 50 miliardi il giro d'affari sul web in Italia: il commercio (Amazon) rappresenta ben oltre la metà della torta, ma pesano anche i servizi di pubblicità online (Google, Facebook). Su questa massa di soldi, le tasse pagate sono irrisorie.

SEMPRE PIÙ SPESSO, peraltro, le spericolate attività elusive di aziende e/o governi che fanno *dumping* fiscale finiscono sui giornali: è il caso della maxi-multa da oltre un miliardo che il gruppo

francese del lusso Kering si appresta a pagare all'Agenzia delle Entrate o di quella da 115 milioni della banca svizzera Ubs o ancora, guardando all'estero, dei 343 accordi fiscali - svelati dall'inchiesta LuxLeaks - tra il Lussemburgo e varie aziende (anche italiane), avallati tra gli altri dall'allora premier e oggi presidente della Commissione Ue, Jean Claude Juncker.

Basta un esempio per capire come queste pratiche avvelemino il clima all'interno dell'Ue. Moltissimi italiani stanno in questi giorni programmando le vacanze: una grossa percentuale tra questi sceglieranno di prenotare online tramite siti come *Booking* o *Airbnb*. Queste imprese - tecnicamente *Online Travel Agencies* (Ota) - guadagnano attraverso le commissioni pagate dai gestori degli hotel o delle case in affitto: la loro parte, a seconda dei casi, si aggira tra il 18 e il 25% del prezzo della prenotazione. Un gran bel guadagno per una mera attività di intermediazione, ma che quei siti sono in grado di imporre perché hanno milioni di clienti in tutto il mondo. Ecco, per l'erario, il problema arriva dopo.

Di quella massa di denaro, infatti, poco o nulla resta in Italia nonostante sia innegabilmente prodotta qui: Booking versa le sue (poche) tasse in Olanda, Airbnb in Irlanda. Globalizzazione e digitalizzazione sono anche questo: aziende che estraggono ricchezza dai territori, dalle loro infrastrutture e dai loro cittadini portandosi i profitti dove credono, dopo aver scelto sull'apposito menu l'aliquota più scontata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

INUMERI

50 mld

Il giro d'affari sul web in Italia, dal commercio (Amazon) alla pubblicità online (Google e Facebook). Ma è anche il risparmio di tasse ottenuto dalle 21 maggiori corporate mondiali (dati Mediobanca)

17-21 mld

La quota in capo all'Italia (che pesa per l'11,2% del Pil Ue) dell'elusione delle multinazionali nell'Unione, stimata dall'Europarlamento in 160-190 miliardi

343

Gli accordi fiscali siglati con il Lussemburgo di Juncker svelati da Luxleaks: ci sono anche diverse aziende italiane



Il più ricco del mondo

Jeff Bezos, fondatore e proprietario di Amazon

Ansa

Criptovalute e tecnologie Imprese, esperti e startup all'Hotel Mercure

Prima «Blockchain week» per la rivoluzione Bitcoin

In cattedra

Da Binance a Tron l'esperienza
delle più importanti imprese

Valentina Conti

■ Roma Capitale della Blockchain. Alias la "rivoluzione" che sta spopolando nel mondo del registro pubblico in cui possono essere archiviati in modo sicuro, verificabile e permanente le transazioni che avvengono tra due utenti appartenenti a una stessa rete. Stamane la Città Eterna spalanca le porte al più grande evento italiano dedicato al mondo delle criptovalute e della tecnologia blockchain. Fino a domenica va in scena all'Hotel Mercure Roma West il summit della "Blockchain Week Rome", organizzato da Blockchain Management SL, società impegnata nella gestione di progetti relativi al mondo delle criptovalute e della blockchain. Per la prima volta in Italia, ospiti provenienti dalle più importanti aziende al mondo del settore, come Binance, Tron e Zcash, si uniranno ai maggiori esperti del nostro Paese, ai rappresentanti delle istituzioni ed alla community italiana, dando vita ad una serie di panel, conferenze, momenti dedicati interamente al "tornado" della nuova moneta Bitcoin. Proprio mentre sta aumentando sempre di più l'attenzione verso la tecnologia blockchain e il mondo delle criptovalute - dopo l'annuncio nei giorni scorsi della prossima creazione da parte di Facebook di una propria criptovaluta, Libra - Roma avrà l'onore di ospitare una manifestazione di questo calibro in materia. Tramite la partecipazione di speaker d'eccellenza, grandi

aziende e numerosi partner, si esplorerà il presente ed il futuro della blockchain, delle crypto e della decentralizzazione. Un vero e proprio viaggio nel cuore di questa industria. «Un evento nato con un duplice obiettivo: formare e riunire», spiegano gli organizzatori. «Formare, al fine di creare nuovi membri di questa crescente comunità italiana ed internazionale. Riunire, per offrire un punto di incontro tra tutti gli attori del settore: dalle imprese agli appassionati, dalle istituzioni ai massimi esperti».

Nel programma composto della tre giorni, preceduta da un corso di formazione intensivo che ha fatto proseliti, un carnet di dibattiti con esperti di casa nostra come, tra gli altri, Marco Bellezza, Consigliere giuridico del Ministero dello Sviluppo Economico, Gian Luca Comandini, Membro Task Force Blockchain MiSE, Marcello Minenna, Direttore Ufficio Analisi Quantitative, Consob. Sul palco del Mercure Hotel saliranno altresì alcuni dei più autorevoli esperti del panorama internazionale, come Mariana Gospodnova, Head of operations di Binance, e Paige Peterson, responsabile di User Education & Community di Electric Coin Company (Zcash). Il clou della rassegna sarà l'attesissima cena di gala prevista sabato, nella quale la giuria della Blockchain Week Rome consegnerà gli ambiti Blockchain Week Rome Awards. Una sorta di Notte degli Oscar della tecnoeconomia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Networking

Aumenta
l'attenzione
verso la
tecnologia
blockchain e il
mondo delle
criptovalute



SUL WEB

La battaglia Ue contro falsi e disinformazione

RUBEN RAZZANTE

La battaglia è solo agli inizi, ma qualche risultato incoraggiante già arriva. Ripulire la Rete da contenuti falsi, fuorvianti e offensivi è possi-

bile, in una logica di concertazione e cooperazione puntuale e incisiva tra tutti gli attori coinvolti. E i colossi...

A pagina 3

ANALISI La complessa strategia della Ue per ripulire la Rete

La (buona) battaglia europea contro falsi e disinformazione

Varato un codice per piattaforme on-line e social network per la trasparenza degli algoritmi che selezionano le notizie e per migliorare l'accesso a quelle affidabili

Creata una rete indipendente di «fact-checker» certificati. Un sondaggio Eurobarometro conferma l'importanza dei mezzi di comunicazione di qualità; l'83% del campione ritiene che sia in gioco la democrazia

Prima delle elezioni del maggio 2019 messe a punto buone prassi per i contenuti sponsorizzati, anche di natura politica

RUBEN RAZZANTE

La battaglia è solo agli inizi, ma qualche risultato incoraggiante già arriva. Ripulire la Rete da contenuti falsi, fuorvianti e offensivi è possibile, in una logica di concertazione e cooperazione puntuale e incisiva tra tutti gli attori coinvolti. E i colossi del web stanno dimostrando buona volontà e senso di responsabilità. Facebook, ad esempio, con i suoi 30.000 controllori, ha dimezzato le fake news nell'ultimo anno e annuncia di voler ulteriormente moltiplicare le sue attività di monitoraggio e rimozione. La disinformazione on-line è ormai un fenomeno globale che richiede un approccio europeo: la Ue si sta dedicando all'ela-

borazione di una pluralità di azioni per limitarne la diffusione già da un paio di anni. Nel giugno 2017 il Parlamento europeo ha adottato una risoluzione in cui invitava la Commissione ad analizzare nel dettaglio il problema. Nel novembre dello stesso an-



no la Commissione ha lanciato una consultazione pubblica su fake news e disinformazione, istituendo un Gruppo di esperti di alto livello (mondo accademico, piattaforme digitali, mezzi d'informazione e organizzazioni della società civile).

Nel marzo 2018 il Gruppo di esperti di alto livello (HLG) ha prodotto un rapporto in cui ha presentato delle raccomandazioni come: maggiore trasparenza degli algoritmi, autoregolamentazione, alfabetizzazione mediatica, sostegno alla diversità e alla sostenibilità dei mezzi di informazione europei, maggiore visibilità alle notizie affidabili. Nel rapporto la disinformazione viene definita come «informazione falsa, imprecisa o fuorviante concepita, presentata e diffusa a scopo di lucro o con l'intenzione di arrecare un pregiudizio pubblico». È inoltre sottolineata la necessità di coinvolgere tutte le parti interessate ("coalizione") nelle misure che saranno eventualmente adottate, raccomandando un approccio di autoregolamentazione. Il Gruppo ha sostenuto la redazione di un codice per piattaforme on-line e social network basato su una serie di principi, fra cui il fatto che le piattaforme on-line devono garantire la trasparenza degli algoritmi che selezionano le notizie e sono invitate ad adottare misure efficaci per migliorare la visibilità e l'accesso delle notizie affidabili. Il Gruppo di esperti ha raccoman-

dato inoltre di promuovere l'alfabetizzazione mediatica per contrastare la disinformazione, sviluppare strumenti che permettano agli utenti e ai giornalisti di combatterla, difendere la diversità e la sostenibilità dei mezzi di informazione europei. I primi risultati della consultazione pubblica e di un sondaggio Eurobarometro confermano l'importanza di mezzi di comunicazione di qualità. In base ai dati del sondaggio l'83% del campione ritiene che la disinformazione on-line rappresenta un pericolo per la democrazia. Risulta anche che i mezzi di comunicazione tradizionali (radio 70%, tv 66%, stampa 63%) sono ritenuti le fonti di informazione più affidabili a fronte di un 26% e 27% rispettivamente delle fonti di notizie on-line e dei siti web che pubblicano video. Risultati confermati anche dalla consultazione pubblica, da cui si evince che maggiore fiducia è riposta

nei giornali e nelle riviste tradizionali, nei siti web e nelle pubblicazioni on-line specializzati, nelle agenzie di stampa e nelle agenzie pubbliche (oltre il 70%).

Il 26 aprile 2018 la Commissione europea ha inviato al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle Regioni un'argomentata e articolata Comunicazione sul tema, nella quale si vara un approccio europeo alla disinformazione on-line. Vengono decisi interventi per garantire processi democratici solidi dopo le rivelazioni del caso Facebook/Cambridge Analytica. La Comunicazione – che sottolinea la crucialità della libertà d'informazione per la democrazia – prevede un codice di autoregolamentazione delle piattaforme on-line, una rete di fact-checker europea, interventi volti a rendere più sicura (da attacchi informatici) e attendibile (verifica fonti) l'informazione on-line, sostegno all'informazione "diversificata e di qualità" e alla alfabetizzazione mediatica.

La Commissione si riserva anche di coordinare azioni mirate con gli Stati membri sul tema. Le piattaforme on-line si sono impegnate a presentare, nel giro di pochi mesi, un codice comune di buone pratiche per: «garantire trasparenza circa i contenuti sponsorizzati, in particolare per quanto riguarda i messaggi di comunicazione politica; fare maggiore chiarezza in merito al funzionamento degli algoritmi consentendo verifiche da parte di terzi; agevolare la scoperta e l'accesso da parte degli utenti di fonti di informazione/punti di vista diversi; applicare misure per identificare e chiudere account falsi e affrontare il problema dei bot automatici; fare in modo che i verificatori di fatti, i ricercatori e le autorità pubbliche possano monitorare costantemente la disinformazione on-line».

La Commissione annunciava che avrebbe convocato un forum di soggetti interessati «tra cui le piattaforme on-line, l'industria della pubblicità e i principali inserzionisti» per realizzare il codice e un "impatto misurabile" entro ottobre 2018. La scelta della autoregolamentazione risponde all'esigenza di realizzare azioni tempestive per contrastare il fenomeno.

Uno dei concetti maggiormente enfatizzati nel documento della Commissione è anche quello di tracciabilità, enucleato come tentativo di riconduzione dei contenuti ai loro centri di elaborazione e diffusione. Per rendere realistica e premiante tale tracciabilità, i social network devono adottare un codice di buone pratiche incentrato su alcuni punti chiave: monitorare meglio il fenomeno del click-baiting; ridurre le opzioni di targeting mirato per il marketing politico; assicurare la trasparenza dei contenuti politici sponsorizzati; aumentare gli sforzi per chiudere i profili falsi e dei troll e identificare i bot che diffondono disinformazione.

È stata quindi creata una rete europea indipendente di fact-checker "certificati" che definirà metodi di lavoro comuni, scambierà le migliori pratiche e opererà per conseguire la più ampia copertura possibile di correzioni fattuali in tutta l'Ue, oltre a una piattaforma europea sulla disinformazione destinata a facilitare il lavoro di chi sarà impegnato a smascherare le bufale. Il 26 settembre 2018 i rappresentanti delle piattaforme on-line hanno consegnato alla Commissaria per l'Economia e la società digitali Mariya Gabriel le tabelle di marcia con le misure concrete per il Codice di buone pratiche. Le tabelle di marcia dovrebbero contenere azioni concrete definite dalle piattaforme per combattere la disinformazione in tutti gli Stati membri dell'Ue quali, ad esempio, messaggi pubblicitari di natura politica più trasparenti, formazione per i gruppi politici e le autorità elettorali o maggiore cooperazione con i fact-checker. Il codice punta in particolare ad adottare delle buone prassi per i contenuti sponsorizzati, anche di natura politica. La Commissione infatti ha sostenuto l'attuazione delle tabelle di marcia prima delle elezioni europee del maggio 2019. Nel codice di autoregolamentazione presentato dalle piattaforme online e da investitori pubblicitari figurano regole volontarie, sottoscrivibili dai soli "firmatari rilevanti", incentrate sull'aspetto della disinformazione relativa ai contenuti sponsorizzati, inclusi quelli politici e inclusive di "buone prassi", anch'esse autoriferite ai singoli firmatari. Il codice è stato redatto e sottoscritto, in tempi stretti per le elezioni europee, solo da una parte degli stakeholder (investitori pubblicitari e Ott) e si basa su best practice interne. È un primo passo nella direzione della responsabilizzazione dei grandi operatori della Rete, ma il cammino è lungo e va percorso in un'ottica diversa, di condivisione con tutti (co-regolazione). Ad ogni buon conto i progressi sono tangibili, non solo in termini fattuali e numerici, ma di consapevolezza e cultura dell'informazione di qualità

*docente di Diritto dell'informazione
all'Università Cattolica di Milano*

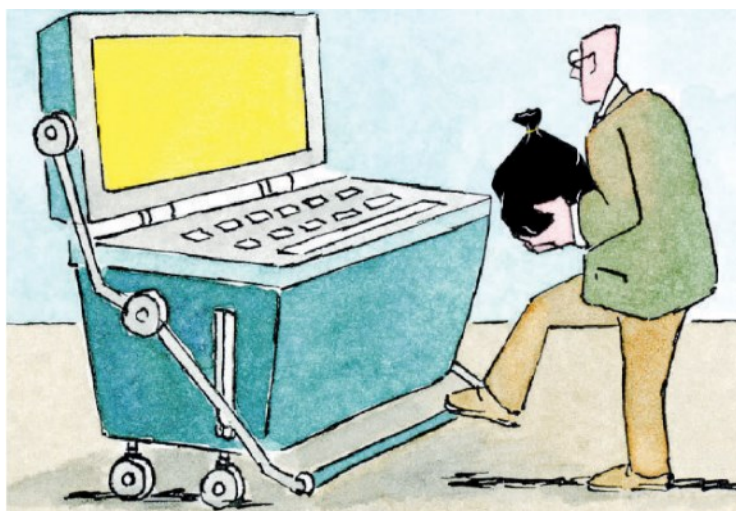
© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'autore

Un manuale per giornalisti giunto all'ottava edizione

L'analisi qui pubblicata è tratta dall'ottava edizione del "Manuale di Diritto dell'informazione e della comunicazione" (ed. Cedam-Wolters Kluwer, 2019) appena pubblicato. Il libro è ormai un «classico» per la formazione dei giornalisti (e non solo), e riceve un costante e attento aggiornamento periodico. L'autore,

Ruben Razzante, è giornalista professionista, editorialista e consulente editoriale e per studi legali, aziende e associazioni di categoria.



L'interoperabilità da smart home

Internet of Things. La casa fatica a diventare intelligente perché i prodotti sono isolati dagli altri: è cruciale far parlare i gadget di diverse aziende. L'IoT Lab del Politecnico di Milano prova a mettere insieme i produttori

Uno dei nodi è costituito dagli home speaker: devono imparare a gestire diversi oggetti contemporaneamente

Riccardo Oldani

Sono passati 19 anni da quando, nel luglio del 2000, il Digital Dios di Lg, il primo frigorifero connesso a internet, venne proposto sul mercato al prezzo di 20mila dollari. Fu un flop. Pochi ritennero utile spendere una tale cifra per un elettrodomestico che mandava sms. Fu anche il primo prodotto per quella che oggi viene definita *smart home*, la casa intelligente, per la quale oggi esistono migliaia di prodotti: dagli assistenti vocali alle luci governabili con uno smartphone, dai termostati programmabili con un'app alle telecamere controllabili da remoto. In Italia, secondo i dati dell'Osservatorio Internet of Things della School of Management del Politecnico di Milano, il mercato *smart home* vale 380 milioni di euro e nel 2018 è cresciuto del 52 per cento. Dati interessanti, ma che non evidenziano il boom tanto atteso dai produttori, se pensiamo che il comparto IoT, cioè dei dispositivi che si possono collegare a internet, totalizza 5 miliardi.

Ora, però, un'iniziativa promossa dall'IoT Lab del Politecnico di Milano intende esplorare nuove strategie per rendere più appetibili le soluzioni domestiche per l'internet delle cose. In collaborazione con nove importanti aziende - Bticino, Epta,

Ezviz, Gewiss, Signify, SoloMio, Beta by Tera, Vimar e V by Vodafone - ha dato vita all'Open Lab Smart Home, un progetto, ma anche un luogo fisico, in cui testare soluzioni connesse realizzate con prodotti non nati per comunicare tra loro. Spiega Antonio Capone, responsabile scientifico dell'IoT Lab: «Il mercato *smart home* non è esploso come ci si aspettava perché è costituito da gadget isolati tra loro. Ognuno sfrutta un proprio *cloud* e richiede l'installazione sullo smartphone di una specifica app, con il risultato di un'esperienza d'uso di scarsa qualità per il consumatore, che deve imparare a utilizzare troppi strumenti diversi e incapaci di comunicare tra loro. Ne consegue che o si cercano prodotti di un unico costruttore governabili da una sola app oppure si abbandona l'idea di acquistare un insieme ampio di soluzioni».

Qual è la risposta? Secondo Giovanni Miragliotta, responsabile scientifico dell'IoT Lab, «puntare allo sviluppo di servizi in grado di utilizzare in maniera intelligente prodotti connessi diversi per soddisfare davvero le esigenze di chi li utilizza, senza costringerlo a cambiare abitudini. Questo può avvenire solo con la collaborazione tra vari produttori a livello locale, ed è proprio quello che abbiamo cercato di fare con il nostro Open Lab Smart Home».

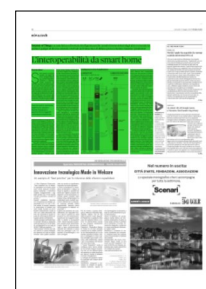
Che cosa hanno fatto i ricercatori del Politecnico di Milano? Utilizzando software libero, applicazioni *open source* e il *cloud*, hanno messo a punto sei casi di utilizzo per dare l'idea dei servizi resi possibili dall'interoperabilità dei prodotti connessi. Uno di questi riguarda l'assistenza a distanza di persone sole, anziane o non autosufficienti. Se sensori e telecamere installati nella casa intelligente non registrano i loro movi-

menti per un certo periodo di tempo, viene attivata una connessione Skype con una persona di fiducia che, a distanza, attraverso telecamere connesse, può controllare la situazione e, nel caso, chiamare un'ambulanza, arrivando perfino ad aprire cancello d'ingresso e porta di casa da remoto per consentire l'ingresso ai soccorsi. Il tutto è realizzato con prodotti di costruttori diversi.

Una delle chiavi dell'integrazione di prodotti altrimenti sono gli *home speaker*, gli assistenti vocali come Amazon Echo o Google Home, i prodotti per la casa *smart* di maggior successo, con oltre 56 milioni di pezzi venduti nel mondo nel 2018, il 65% in più rispetto al 2017. Alcuni scenari immaginati nell'Open Lab Smart Home ne prevedono l'impiego per gestire contemporaneamente diversi oggetti connessi con un solo comando vocale: per esempio la chiusura delle imposte, la regolazione delle luci e l'accensione della tv in uno scenario "relax" da attivare la sera, dopo cena. «Possiamo immaginare - commenta Miragliotta - un numero infinito di servizi per la casa resi possibili da oggetti connessi resi compatibili tra loro da soluzioni come quelle che abbiamo sviluppato nell'ambito del nostro progetto.

Servizi personalizzati, che potrebbero aprire il mercato ad aziende specializzate, attive a livello locale, ma con grandi vantaggi anche per i produttori, che vedrebbero moltiplicarsi le occasioni di utilizzo dei loro oggetti connessi». Uno scenario interessante, ma ancora da costruire. Le aziende consorziate in questo progetto del Politecnico di Milano ci credono. Presto vedremo se questa via italiana al mercato della *smart home* avrà successo.

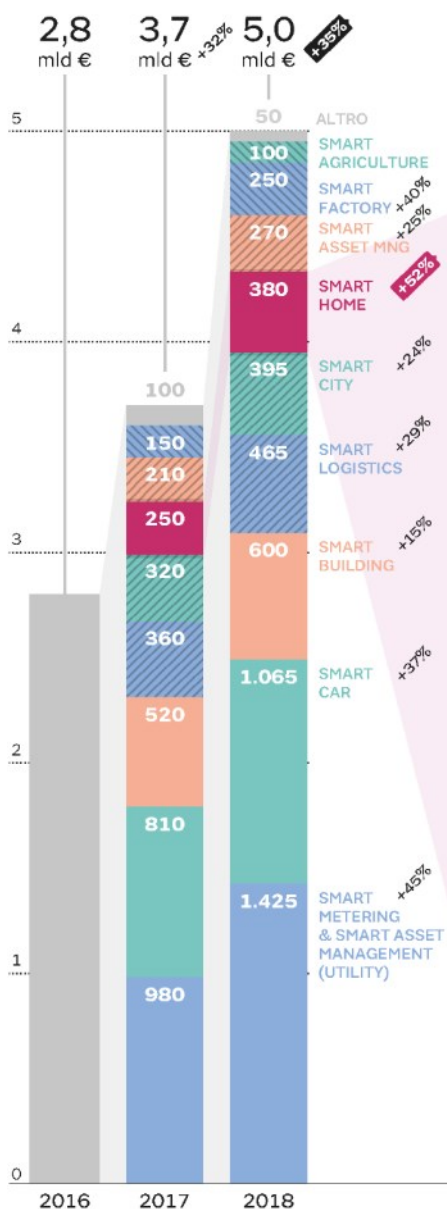
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Intelligenza in cerca di applicazione

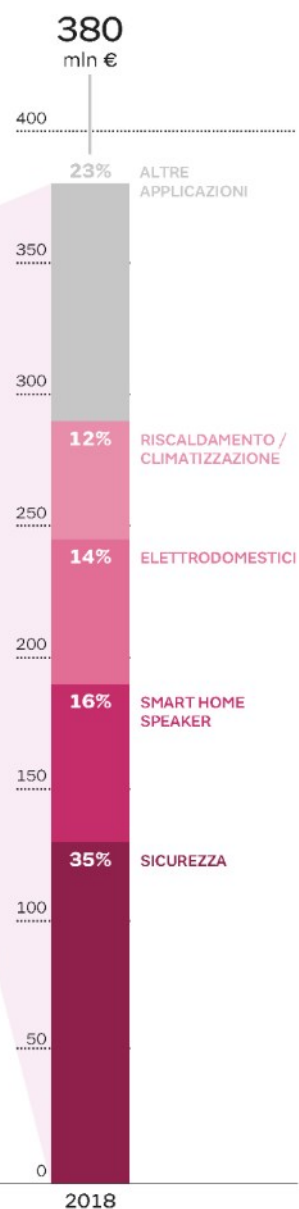
IL MERCATO IOT

Italia 2018. In miliardi di euro



IL MERCATO SMART HOME

In milioni di euro e in %



Fonte: Open Lab Smart Home, Politecnico di Milano

IL FUTURO ARRIVA CON IL 5G E DISEGNA LE SMART CITY

LE SOLUZIONI SPERIMENTATE DA TIM NELLE CITTÀ PER OFFRIRE SERVIZI
SEMPRE PIÙ INNOVATIVI GRAZIE ALLE ELEVATE PRESTAZIONI DELLA NUOVA RETE

DRONI GESTITI DA REMOTO
PER IL MONITORAGGIO
E LA TUTELA DEL TERRITORIO

DI COSIMO FIRENZANI

Dal controllo della mobilità fino al monitoraggio del territorio con l'aiuto di droni passando anche per l'intrattenimento collettivo. Sono solo alcune delle possibilità offerte da TIM alle smart city grazie alla rete 5G che sarà attiva prossimamente. TIM si è aggiudicata le migliori frequenze messe in gara dal Mise con un impegno complessivo di 2,4 miliardi di euro per la sola acquisizione, ha già coperto integralmente il territorio della Repubblica di San Marino e sviluppato, in sperimentazione, i primi servizi e applicazioni a Torino, Genova, Bari e Matera, Sanremo e Roma.

A TORINO, ad esempio, sono stati presentati, insieme a Ericsson, la prima auto a guida remota grazie al 5G e la Smart City Control Room che permette di monitorare i vari sensori del traffico e pedonali con l'accesso integrato ai vari servizi 5G per la città come smart traffic, smart parking, smart lighting, smart waste, smart bench, smart green e smart environment. In particolare i servizi di smart parking e smart lighting sono stati realizzati da Olivetti sulla nuova rete 5G NB-IoT di TIM. È stata presentata anche una soluzione di videosorveglianza mobile evoluta in collaborazione con le forze dell'ordine che abilita l'invio in tempo reale su rete mobile 5G di contenuti video e dati informativi ad un Safety Control Center remoto.

A GENOVA, invece, sono stati avviati sempre con Ericsson i primi test di servizi innovativi 5G per il controllo e il monitoraggio del territorio attraverso l'uso di droni e di veicoli di tipo rover controllati da remoto attraverso rete mobile. La soluzione utilizzata per il monitoraggio del territorio, in logica 5G, può essere personalizzata per rispondere alle varie necessità: oltre alla tutela del territorio, infatti, la piattaforma Cloud robotics infrastructure di TIM connessa alla rete 5G può permettere nuove soluzioni per la pubblica sicurezza, per il monitoraggio di infrastrutture critiche e, in prospettiva, anche per il trasporto di farmaci di prima necessità, di organi per i trapianti o apparati per il pronto intervento (defibrillatori, ecc.).

MA IL 5G può garantire prestazioni prima impensabili anche per quanto riguarda i servizi per l'intrattenimento e a supporto del turismo. In occasione della cronometro "Riccione-San Marino" del Giro d'Italia del 19 maggio, per esempio, TIM ha installato, lungo i 39 chilometri del tracciato di gara, speciali telecamere con modalità di ripresa a 360° che hanno permesso agli amanti del ciclismo di vivere le emozioni in modalità immersiva grazie a visori per la realtà virtuale allestiti all'arrivo della nona tappa nell'area hospitality a San Marino, Repubblica dove TIM ha già raggiunto con il 5G oltre il 99% del territorio, diventata così primo Stato d'Europa 5G. Il ser-



vizio di virtual reality è in sperimentazione anche a Matera, dove le chiese rupestri sono state ricostruite in 3D per permettere la fruizione dei luoghi anche da remoto. Il visitatore, indossando un visore, è libero di muoversi nelle aree previste, avvicinarsi alle pareti, toccare gli oggetti vivendo un'esperienza del tutto innovativa e immersiva, potendo incontrare nel nuovo mondo virtuale anche altri visitatori, ubicati in luoghi fisicamente distanti da quello in cui si trova, interagire con essi oltre che seguire le indicazioni date da una vera e propria guida di Matera.

**TECNOLOGIE AVANZATE**

TIM sta investendo in innovazione per aiutare le città a gestire traffico e sicurezza in modo sempre più smart

Ynap, ora Marchetti investe sull'Italia

Il gruppo e-commerce aprirà vicino a Milano un hub di Mr Porter

Palazzi in MF Fashion

Federico Marchetti: «Porto in Italia l'hub di Mr Porter»

In autunno sarà aperto vicino a Milano il più grande centro logistico mondiale dell'e-tailer. Il numero uno di Ynap spiega a *MFF* la sua visione per il futuro tra education e ricerca: «Crediamo che la prossima Coco Chanel sia nata e sarà una programmatrice informatica»

«**D**all'autunno il centro logistico mondiale di Mr Porter sarà in Italia. In Inghilterra resteremo ma il peso di quel polo sarà decisamente più contenuto», ha anticipato a *MFF* Federico Marchetti, presidente e ceo di Ynap, il colosso mondiale dell'e-commerce fashion che prima di passare al 100% sotto il controllo di Richemont aveva diffuso un fatturato 2017 di 2,1 miliardi di euro. *MFF* ha incontrato l'imprenditore a margine dell'opening della boutique Lorenzi, la storica insegna di alto artigianato e tradizione italiana, appena inaugurata dietro piazza Scala a Milano e che sarà distribuita su Mr Porter, che vede una compagine di brand tricolore sempre più ampia per scelta del ceo: «Ora sono una cinquantina, ma sono destinati ad aumentare». In questa intervista, l'imprenditore ricorda il prossimo ventennale della fondazione di Yoox, che ha registrato dal notaio il 21 marzo del 2000, equinozio di primavera, e lanciato il 21 giugno dello stesso anno, solstizio d'estate. Date non casuali per Marchetti, che sostiene di avere il senso del tempo e soprattutto del timing.

Portate l'hub di Mr Porter in Italia per tutelarvi da Brexit?

L'avevamo deciso prima, al momento della fusione tra Yoox e Net-à-Porter, quasi quattro anni fa. Ma è decisamente perfetta in caso di Brexit. Uno dei tanti casi di timing azzeccato della mia vita.

Quali scenari si aprono per Ynap, ora che



dal 2020 Kering riporta in house i flagship online, che realizzava con voi?

Era una decisione nota. Gli online flagship store rappresentano per Ynap soltanto il 10% dell'ultimo fatturato diffuso (prima del delisiting del

20 giugno 2018, ndr) quello del 2017, di 2,1 miliardi di euro. **Kering**, come **Lvmh**, ha già confermato di voler restare sulle nostre piattaforme multibrand.

Ma è un business che resta in piedi con altri gruppi?

Abbiamo già lanciato un sistema full omnichannel, **Next Era**, che ha debuttato con **Valentino**. Questo è il sacro gral del retail, perché abbina la single view del cliente con un inventory che è uno per tutto il mondo. E lascia tutte le informazioni e le scelte in mano al brand.

Come si sta evolvendo l'e-commerce? È vero che ha registrato il nome «entertailer», fusione di entertainment e retail?

Sì, da diversi anni. Tutte le piattaforme di **Ynap** sviluppano dei contenuti editoriali. Da **Yoox** li chiamiamo entertainment, mentre **Net-à-porter** li chiama content. In questi anni mi sono sempre comportato come un cliente oltre che come un ceo, e questo mi ha permesso di anticipare il mercato... Ho introdotto il commercio mobile per **Yoox** nel 2006, un anno prima del lancio dell'**iPhone**. **Come affrontate il passaggio generazionale?**

Ynap ha 5.200 dipendenti, divisi tra Italia, Uk e resto del mondo, 1.600 sono ingegneri. L'età media da noi è di 32 anni. Cerco di spingere i giovani a fare lavori che altrove richiederebbero curricula altisonanti. Noi abbiamo il coraggio anche di fare degli errori. E lavoriamo già alla prossima generazione.

In che senso lavorate alla prossima generazione?

Noi pensiamo che la prossima **Coco Chanel** sia già nata e sarà un coder (una programmatrice informatica, ndr). **Ynap** sostiene

la formazione digitale nelle scuole per i bambini tra 9 e 13 anni. Nel 2018 quasi 4 mila ore di educazione digitale ai giovani delle scuole elementari e medie.

È vero che sua figlia di 7 anni le ha chiesto di lanciare da grande una startup con lei?

In realtà l'ha già fatta... Si chiama **Sat-Save animals today**. Ha fatto un business plan con le sue amiche. La scorsa settimana **Yoox Net-à-porter** ha tenuto a Londra un ballo col principe **Carlo d'Inghilterra** per salvare gli elefanti, iniziativa nella quale **Ynap** è il principale partner. Ma mia figlia **Margherita** mi ha preceduto... E insiste per conoscere **Elserino (Piol)**, il venture capitalist che finanziò **Yoox** nel 2000, ndr). La prossima volta la porto.

Cosa consiglia ai giovani startupper italiani?

Di partire dall'Italia ma di non pensare solo all'Italia, perché è un mercato troppo piccolo di sbocco. E di aprire i confini della mente. A 29 anni finito il master alla **Columbia university**, mi sono detto o adesso o mai più. Volevo fare una pillola per ridurre le ore di sonno dalle otto a quattro per notte, allungando la vita attiva del 20%. Poi ho aperto **Yoox**. L'ho registrata nell'equinozio di primavera e fondata nella solstizio d'estate, il 21 giugno del 2000. Ma già in soli tre mesi, ero riuscito a uscire da subito in italiano e inglese.

Che impatto avrà l'intelligenza artificiale?

Un grandissimo potenziale. Stiamo pensando di applicarla alla selezione del personale. Abbiamo scoperto che quando i recruiter sono uomini, tendono a essere biased e assumere più uomini. Ma con l'a.i. puoi avere neutralità totale. Filosoficamente, però, sono convinto che il futuro sia nella giusta combinazione tra uomo e macchina. (riproduzione riservata) **Tommaso Palazzi**

IL PIANO DI SALINI

Rai accelera sul digitale: potenzia RaiPlay e nuove app

Plazzotta a pag. 20

Il piano dell'a.d. Fabrizio Salini per colmare il gap che affligge il servizio pubblico

Ora la Rai accelera sul digitale

Potenziamento di RaiPlay, format originali e nuove app

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

La Rai ha sicuramente dei limiti sul digitale, in particolare nella parte delle news, ma i primi dati rilasciati da Auditel e relativi agli ascolti di programmi Rai su device digitali (smartphone, tablet, pc, smart tv, game console, ecc) non sono malaccio: il broadcaster pubblico, infatti, ha chiuso la settimana dal 16 al 22 giugno praticamente a pari merito con Mediaset per ore viste in streaming (2,14 milioni di ore per il Biscione, 2,07 milioni di ore per le trasmissioni Rai), mentre viale Mazzini è il primo editore televisivo per il consumo di streaming in diretta, con 1,08 milioni di ore nella settimana.

Tuttavia, questo non basta. E lo sa bene l'amministratore delegato Fabrizio Salini, che nel suo piano industriale 2019-2021 ha fissato importanti passi per colmare il gap digitale che ancora affligge il servizio pubblico: potenziamento di RaiPlay, nuova direzione New Format&Digital, il Centro ricerche di Torino, il completamento della digitalizzazione delle Teche Rai, nuove app e un portale rinnovato per Rai Cultura.

RaiPlay, come ha spie-

gato Salini, è uno dei pilastri

e per questo alcuni contenuti dovranno

essere acquisiti o prodotti per un prioritario sfruttamento di RaiPlay e pensati per rispondere ai gusti di un pubblico giovane ed evoluto, abituato a modelli di fruizione online (anche in mobilità) e on-demand. Ci sarà pure l'aggiornamento dell'interfaccia grafica di RaiPlay per ottimizzare la customer experience con maggiore visibilità sui titoli e la promozione di novità.

In questo processo di sviluppo, centrale sarà la nuova direzione New Formats & Digital destinata a valorizzare i talenti interni e a raccogliere le proposte che arriveranno dall'esterno (web talent, agenzie, case di produzione digitali) con un target individuato nella fascia 12-15 anni. E sarà proprio l'immenso patrimonio delle Teche Rai a fornire prezioso materiale per la produzione di format originali, attingendo anche ai contenuti sportivi Rai per la creazione di monografie e raccolte antologiche.

Il Centro ricerche di Torino sarà il perno tecnologico della nuova infrastruttura, sviluppando

alleanze e sperimentazioni da condividere anche in cordata con editori e servizi pubblici di altri paesi, oltre a contribuire ai ricavi del gruppo Rai valorizzando sul mercato le attività e le tecnologie già messe a punto.

Per raggiungere sempre più utenti e per fornire servizi migliori sono poi in cantiere lo sviluppo dell'applicazione Me.Mo, una piattaforma digitale per servizi di mobilità e meteo fruibili in mobilità, presidiata dalla direzione Pubblica Utilità, e quello del portale Rai Cultura.

Infine, si pone molta importanza sull'inclusione digitale dei cittadini, per la quale sono previste alcune iniziative: Digital Academy, una piattaforma digitale con contenuti gratuiti per insegnanti, genitori e cittadini al fine di introdurli al meglio alla piena cittadinanza digitale; Digital Life, un progetto editoriale multiplatforma che racconta i diversi aspetti della vita digitale; più sinergie con l'offerta tradizionale intensificando i rimandi ai contenuti dei progetti per colmare il digital divide.

© Riproduzione riservata





*Fabrizio
Salini*

PARLA LINUS

Radio DeeJay punta sul nuovo format di eventi a pagamento

Capisani a pag. 21

Parla il direttore artistico che ha lanciato un format a pagamento tra musica, sport e gadget

Radio DeeJay svolta negli eventi

Linus: il podcast? Può avvicinare i giovani, in stile Netflix

DI MARCO A. CAPISANI

«**S**e un ascoltatore partecipa alla festa di una radio e si ricorda quale cantante famoso si è esibito ma non quale emittente ha organizzato, allora più che una festa è bene ideare momenti d'incontro, di aggregazione»: da questo dubbio di **Linus**, conduttore e direttore artistico di Radio DeeJay, è nata l'idea di *Party like a DeeJay*. Kermesse pensata col pretesto di festeggiare i 37 anni dell'emittente del gruppo Repubblica-Gedi ma, in realtà, con l'obiettivo di «segnare una svolta rispetto a tutti gli altri eventi, più classici, messi in piedi dalla concorrenza. Peraltro, il nostro compleanno cade il 1° febbraio...».

Dunque oggi quasi tutti i protagonisti del mondo in fm invitano il proprio pubblico a concerti, spesso gratuiti, «invece io non volevo puntare sul formato che alterna in modo seriale cantante-presentatore-cantante...», spiega a *ItaliaOggi* lo stesso Linus. «Ecco perché abbiamo ideato qualcosa che assomigliasse maggiormente a un incontro con tutti i personaggi di DeeJay». In concreto, quindi, *Party like a DeeJay* è stato costruito su più piani o, meglio, palchi, a partire da quello dedicato ai giovani con gli artisti (tra gli altri) **Wad, Capo Plaza, The Kolors** e **Tish**. Invece le voci di DeeJay **Alessandro Cattelan, La Pina** e il **Trio Medusa** hanno animato lo **Speakers corner**. Mentre di sera il palco centrale ha ospitato **Achille Lauro, Ghali, Mahmood** e **Thegiornalisti**. Area

sportiva (comprensiva di circuito per la corsa, grande passione di Linus), spazio food e per il merchandising hanno chiuso le proposte dell'evento tenutosi, sabato scorso, al Mind Milano innovation district-Area Expo. Dettaglio: l'ingresso era a pagamento (costo 39,5 euro per gli ascoltatori che hanno voluto anche competere nella corsa, altrimenti 33 euro).

Sta di fatto che in 34 mila hanno seguito dal vivo il palinsesto, durato circa 12 ore. Su Instagram la copertura nella settimana della festa ha coinvolto 485 mila utenti, generando 17 milioni d'impression.

«Un evento di questo genere permette pure di ampliare il pubblico di riferimento», prosegue Linus, «perché ognuno si porta un amico o, spesso, i figli». Ma la biglietteria ha permesso di generare profitti? «Quest'anno abbiamo quasi del tutto coperto le spese, intorno ai 2 milioni di euro, grazie agli sponsor e al pubblico», sottolinea il direttore artistico di Radio DeeJay, che ci tiene a precisare che «l'elemento che davvero fa la differenza e segna una svolta, nella serie di eventi che ormai

ogni emittente organizza, è la personalità della radio che deve permeare l'evento. È un po' lo stesso discorso che va fatto per la radio digitale. Va bene moltiplicare online l'offerta ma, sempre, ti serve un marchio ombrello forte per attirare ascoltatori». Giovani e poco meno, anche se Linus bolta come velleitario chi insegue i target: «Ogni radio ha un suo naturale bacino di utenza. Il nostro è quello giovane-adulto sui 35 anni».

Così spazio a una nuova generazione di eventi per le radio e, tra le nuove leve per promuovere un'emittente, il conduttore scommette sul podcast, «in Italia ancora un po' indietro ma, a differenza dei video, la serialità dei podcast può piacere ai giovani, un po' come se fosse una Netflix radiofonica». Archiviato, allora, i canali tv delle radio? «Si tratta d'iniziative economicamente impegnative. Servono budget importanti, se si vuole emergere. E poi i giovani», rilancia Linus, «guardano i video su YouTube così come, se vogliono ascoltare una canzone, vanno su Spotify. Insomma, i canali tv delle radio è meglio averli che non il contrario, ma non sono la strada da percorrere per il futuro, a differenza di quello



che in molti credevano».

A proposito di pubblico e in attesa dei dati sugli ascolti nel secondo trimestre attesi per il 26 luglio, Linus non vuole essere «per forza la prima radio nazionale, ma rimanendo sopra i 5 milioni di ascoltatori. Noi abbiamo il nostro posizionamento mentre altri sono più trasversali. Anche se alla fine», chiosa con una frecciatina Linus, «noi fatturiamo di più...».

— © Riproduzione riservata — ■



IL PROGETTO

Una Rete per la didattica dedicata ai professori

La Fondazione Agnelli e Google si alleano per creare una piattaforma digitale dove gli insegnanti possono scambiarsi idee e iniziative

di **Diego Longhin**

Una piattaforma dedicata a tutti i docenti italiani per scambiarsi informazioni su come migliorare la didattica in classe, aprendo discussioni su temi generali fino ad arrivare a questioni specifiche, prendendo così spunto dall'esperienza di altri colleghi iscritti. Una sorta di social network professionale, ribattezzato *Parallel Education*, totalmente gratuito, dedicato ai professori di ogni ordine e grado che debutterà, in via sperimentale, a partire da settembre per il corpo docente di 300 classi scelte per testare la versione beta. E dall'anno scolastico successivo sarà aperto a tutti gli insegnanti. Un sistema studiato dalla Fondazione Agnelli e nato dalla collaborazione fra l'ente presieduto da John Elkann e Google.

Un'alleanza nel nome della didattica innovativa e digitale che produrrà altre applicazioni. A Torino nella sede della Fondazione Agnelli una giornata di studio, all'interno del programma *Italian Tech Week*, e confronto con insegnanti e rappresentanti delle startup. L'accordo è stato firmato da Elkann e Carlo d'Asaro Biondo, responsabile delle relazioni strategiche in Europa, Africa e Medio Oriente di Google. «Grazie a questa collaborazione – spiega Elkann – diamo il via a progetti pensati insieme agli insegnanti per aiutarli in una grande sfida educativa: rinnovare la didattica con l'aiuto delle nuove tecnologie». Per il presidente della Fondazione Agnelli e di Fca «l'obiettivo è insegnare in modo più efficace per rendere gli apprendimenti più appassionanti e stimolanti. Un'istruzione migliore rende il mondo migliore». Con questo spunto è stato studiato *Parallel Education*: un luogo dove i professori potranno scambiarsi idee, progetti, suggerimenti per migliorare la propria di-

didattica quotidiana. Un social professionale. Secondo d'Asaro Biondo, «il digitale può offrire enormi opportunità al mondo della scuola, siamo felici di collaborare con la Fondazione Agnelli e di mettere le nostre tecnologie a disposizione del settore dell'educazione fornendo nuovi strumenti per condividere il sapere». Il direttore della Fondazione, Andrea Gavosto, sottolinea che «sull'innovazione didattica l'Italia ha ancora molta strada da percorrere per questo abbiamo pensato di coinvolgere Google. Le nuove tecnologie devono essere viste come uno strumento per cambiare il modo in cui i docenti insegnano e gli studenti apprendono».

La Fondazione Agnelli ha già realizzato due edizioni di corsi per le insegnanti dedicate al *Google Cs First*, un sistema per il *coding*. Docenti di elementari e medie ospiti del laboratorio Combo hanno imparato come utilizzare *Scratch*, il più diffuso sistema di programmazione a blocchi, per permettere a studenti dai 9 ai 14 anni di poter programmare e realizzare percorsi digitali su temi come sport, moda e narrazione.

Durante la giornata di studio a Torino, ribattezzata *Te@ch*, sono state presentate nuove app. Con *Lexplore*, attraverso un sistema di tracciamento oculare, è possibile capire la capacità di lettura di uno studente e quali metodi siano più appropriati per l'apprendimento. *Sana Learn* e *Sana Voice* promuovono esercizi per individuare le potenzialità di miglioramento nello studio. C'è poi *Matherialize*, l'app che permette di visualizzare in realtà aumentata dei concetti matematici: inquadrando un'equazione con la fotocamera dello smartphone per poterla modificare. E per chi si scoraggia e vuole abbandonare gli studi c'è *EdSights*: sistema studiato da italiani per combattere e prevenire la dispersione universitaria negli Stati Uniti.

La scheda Tecnologia e scuola

● Parallel Education

È la prima piattaforma targata Fondazione Agnelli e Google. L'obiettivo è creare un luogo digitale di scambio informazioni tra le insegnanti per migliorare la didattica

● Google Cs First

Insegnare ai docenti come trasmettere i concetti base della programmazione agli studenti dai 9 ai 14 anni. A Torino i primi corsi



ALESSANDRO DI MARCO

◀ L'iniziativa "Te@ch"

Carlo d'Asaro Biondo di Google e John Elkann, presidente della Fondazione Agnelli durante la presentazione dell'intesa *Te@ch*



Al cda di Tim il punto sul dossier della rete unica Stretta sulla banca partner

FRANCESCO SPINI

MILANO

Si riunisce oggi il consiglio di amministrazione di Tim e sarà, questa, l'occasione per fare il punto sul dossier «caldi» dell'ex monopolista, a cominciare dalla trattativa in corso per giungere a un'integrazione della propria rete in fibra con quella di Open Fiber. Dopo l'accordo di riservatezza, si susseguono le riunioni tra gli advisor (Vitale&Co e Rothschild per Tim, Mediobanca per Enel, azionista di OF al 50%) per mettere a punto l'architettura dell'operazione in modo tale che si apra la fase di due diligence e il cda, probabilmente il primo agosto, dia mandato all'ad Luigi Gubitosi (foto) per andare avanti. Oggi invece potrebbe essere scelto il partner bancario per la joint venture nel credito al consumo: in lizza, secondo Radiocor, sarebbero rimaste Findomestic, Compass, Credit Agricole e Intesa Sanpaolo. Il consiglio esaminerà anche lo stato dell'arte dell'accordo sul 5G con Vodafone, di prossima finalizzazione. Intanto l'intesa tra Fastweb e Wind Tre, sempre sulla nuova tecnologia mobile, ha penalizzato Tim che in Borsa ha chiuso in calo del 2,2% a 0,47 euro. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Incentivi alla banda ultralarga da sbloccare

Sul tavolo 1,3 miliardi: 300 euro per famiglia. Altri 1,8 miliardi per le aree grigie

Carmine Fotina

ROMA

C'era in carica il governo Renzi da poco più di un anno quando per smuovere l'Italia dai bassifondi delle classifiche del *broadband* si decise di puntare sugli incentivi. Quattro anni e quattro mesi dopo il piano potrebbe entrare nella fase operativa, scongelato dal governo che in questi mesi ha atteso la maturazione delle trattative tra Tim e Open Fiber sulla condivisione delle reti.

È stato fissato per il 17 luglio, dopo una lunga serie di rinvii, l'atteso Comitato interministeriale per la banda ultralarga (Cobul) che dovrebbe licenziare la proposta da inviare poi alla Commissione Ue per le valutazioni sulle misure di aiuto. Sul tavolo ci sono circa 3,1 miliardi tra fondi Ue e risorse nazionali del Fondo sviluppo e coesione, di cui 1,3 miliardi per i "voucher" e il resto per spingere l'infrastrutturazione nelle cosiddette aree grigie del paese, quelle dov'è presente o prevista nei prossimi tre anni una sola rete ultrabroadband privata.

Lo schema relativo agli incentivi, che dovrà però passare per la decisione politica del Cobul, prevede al momento 250-300 euro per le famiglie, 3mila euro per piccole e medie imprese, 5mila euro per istituto scolastico. Una quarta categoria di contributi dovrebbe riguardare in modo specifico i centri per l'impiego. Dopo il proces-

so di notifica a Bruxelles, che potrebbe richiedere mesi, si punta a varare le agevolazioni con un provvedimento o direttamente nella legge di bilancio, per farli scattare dal 2020. Gli incentivi per le famiglie, con intensità differenziate, dovrebbero riguardare tutte le aree, incluse quelle che per semplificare si definiscono a parziale o totale fallimento di mercato. Un tema che già divide gli operatori è quello della velocità minima di connessione che darà diritto ai voucher, perché collegato alla tecnologia prescelta per gli investimenti sulle reti. Per ora si parla di almeno 100 megabit per secondo in download e 50 Mbps in upload da postazione fissa.

Per le imprese il discorso potrebbe essere differente. L'orientamento al momento sarebbe quello di agevolare solo le piccole e medie, spesso presenti in distretti industriali censiti nelle aree grigie del paese, ed in linea con i nuovi obiettivi Ue di alzare l'asticella ad almeno 1 gigabit al secondo in download.

Il piano, alla cui dote contribuiscono i risparmi ottenuti dai ribassi d'asta delle gare già assegnate a Open Fiber nelle aree bianche, era entrato nel radar del governo gialloverde dopo la scorsa estate (si veda Il Sole 24 Ore del 24 ottobre 2018). Intanto però il ritardo accumulato fin dal 2015 è costato all'Italia lo stallo nelle classifiche internazionali. In un ordine del giorno, approvato alla Camera, nel sollecitare l'adozione dei voucher la Lega ricorda che la copertura con tecnologie per oltre 100 Mbps è pari al 22% rispetto a una media Ue del 58%. Se si guarda la penetrazione della banda larga fissa sopra i 100 Mbps, siamo al 5% delle

abitazioni rispetto al 15%. Le lentezze con cui è stata portata avanti l'infrastrutturazione delle aree bianche, al netto delle recenti accelerazioni, hanno pesato. E anche sulle aree grigie si è marciato a rilento. Nella consultazione con gli operatori privati chiusa il 15 maggio Infratel, la società in house del ministero dello Sviluppo, ha censito 19,8 milioni di indirizzi civici (incluse le aree nere con almeno 2 reti) in 4.250 comuni per un totale di 25,8 milioni di unità immobiliari. La copertura al 2018 è stata inferiore rispetto agli impegni dichiarati nel 2015 (siamo al 78%) e oggi risultano ancora tagliati fuori 3,2 milioni di indirizzi.

L'input politico, almeno sul tema dei voucher, ora sembra chiaro. M5S e Lega condividono la strada degli incentivi, considerati uno strumento chiave per risalire posizioni ora che alcune condizioni necessarie si stanno concretizzando. Dal lato delle infrastrutture si studiano nuove semplificazioni, fa progressi il catasto unico (il piano operativo per il Sinfì è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale) e mese dopo mese anche sulle aree bianche si dovrebbero vedere avanzamenti.

Per quanto riguarda la rete unica il negoziato che coinvolge Tim e Open Fiber sembra alle battute finali, anche se segnato dalle differenti visioni tra grillini e leghisti su come debba essere strutturata l'operazione a salvaguardia della concorrenza. C'è infine la norma del decreto crescita che agevola il maxi-scivolo verso la pensione per i dipendenti delle grandi aziende, un assist per facilitare eventuali future riorganizzazioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il governo scongela i voucher dopo i progressi nel negoziato tra Tim e Open Fiber sulla rete unica

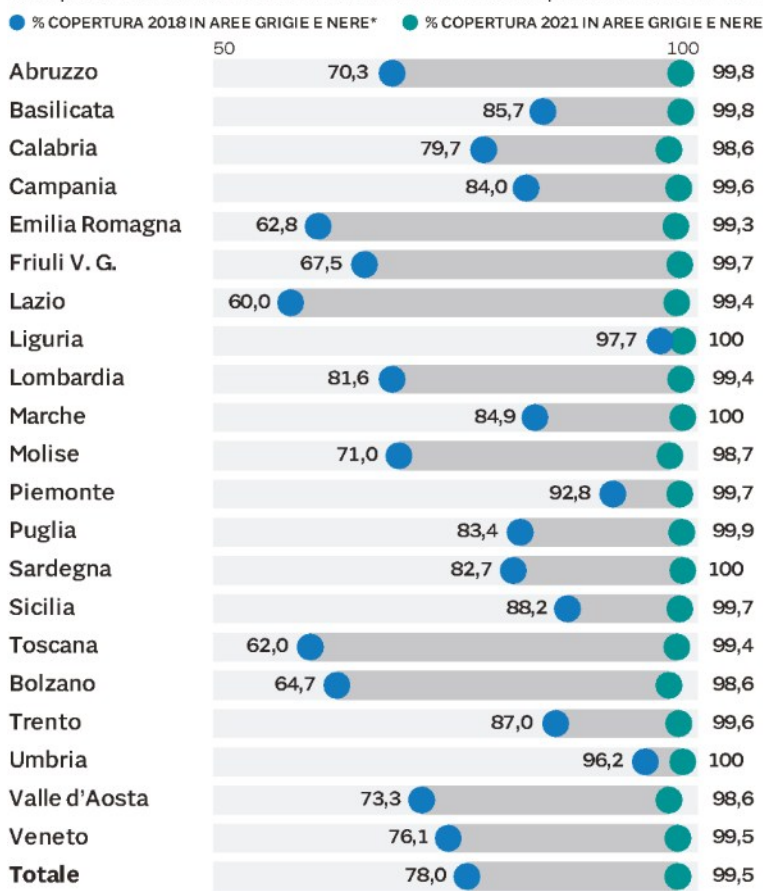
78%

LA RETE «NGA»
La copertura delle aree grigie e nere a fine 2018 rispetto agli impegni presi dagli operatori nella consultazione del 2015. Non coperti 3,2 milioni di indirizzi civici



L'avanzamento della banda ultralarga in Italia

La copertura civici in consultazione a dicembre 2018 e le previsioni entro il 2021



(*): Aree grigie: presente o prevista nei prossimi 3 anni una sola rete ultrabroadband privata; Aree nere: presenti o previste nei prossimi 3 anni almeno 2 reti ultrabroadband private. Fonte: Infratel