

Rassegna del 28/06/2018

Giornale	16	Amazon porta anche in Italia l'e-commerce per le aziende	...	1
Mf	12	Amazon avvia in Italia il portale business dedicato alle imprese	<i>Rizzi Matteo</i>	2
Stampa	25	Flotte aziendali - Acquisti sul web. Fca Bank si allea con MiaCar per l'e-commerce dell'auto	...	3
Giornale	18	Ebay In Lombardia i venditori più attivi	...	4
Sole 24 Ore	13	In breve - Pagamenti Accordo fra CartaBcc e SamsungPay	...	5
Sole 24 Ore	21	Slitta al 1° gennaio l'obbligo di e-fattura per i carburanti - E-fattura per i carburanti obbligatoria solo dal 2019	<i>Mobili Marco - Parente Giovanni</i>	6
Corriere della Sera	1	Copyright e web, perché la direttiva Ue non è un bavaglio - Perché il lavoro intellettuale va riconosciuto	<i>Manca Daniele</i>	7
Corriere della Sera	5	Messaggi, email, studi «amici»: Google corteggia gli eurodeputati	<i>Caizzi Ivo</i>	8
Sole 24 Ore nòva.tech	29	Ecco perché l'Italia cresce negli open data	<i>Saporiti Riccardo</i>	10
Sole 24 Ore nòva.tech	29	Gli attrezzi dei big data pronti per le aziende - Gli attrezzi dei big data in azienda	<i>Tremolada Luca</i>	11
Sole 24 Ore nòva.tech	28	Educare alla gestione della complessità	<i>Dominici Piero</i>	13
Repubblica Bari	5	Bari 5G, prove tecniche di futuro così abbiamo testato il superweb - Bari a 5G, il futuro è già cominciato così il superweb ci migliorerà la vita	<i>Russi Francesca</i>	14
Sole 24 Ore	10	Agcom, ok al Piano frequenze ma «criticità»	<i>Biondi Andrea</i>	17
Sole 24 Ore	12	Denaro&lettera - Telecom Italia Alta volatilità: il titolo cade fino ai minimi dal 2013 e poi rimbalza	...	18
Corriere della Sera	31	Mediaset, ancora scontro con Vivendi No al voto dei francesi in assemblea	<i>Savelli Fabio</i>	19

NUOVO SERVIZIO

Amazon porta anche in Italia l'e-commerce per le aziende



FONDATORE Jeff Bezos di Amazon

■ Amazon lancia anche in Italia i servizi Amazon Business per soddisfare le necessità di acquisto da parte delle aziende. Tutte le imprese potranno beneficiare della novità, con funzioni su misura per la propria attività.

L'e-commerce B2b è un'opportunità di guadagno importante per Amazon. Secondo una recente ricerca effettuata dall'Osservatorio Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b, il mercato online per le aziende ha avuto un valore di 335 miliardi di euro nel 2017, con un aumento su base annua dell'8% e una prospettiva di crescita estremamente elevata considerando che le aziende in Italia investono 2.200 miliardi in scambi complessivi. Per le piccole e medie aziende la potenzialità di crescita è ancora superiore se si considera che solamente il 7,9% online e il 5,8% del fatturato proviene da vendite online. Amazon Business favorisce un facile accesso a oltre 250 milioni di prodotti che qualsiasi azienda può utilizzare, tra cui computer portatili, stampanti, soluzioni di archiviazione, forniture per ufficio, mobili e articoli per la pulizia.

Per le operazioni di manutenzione e riparazione. Con questo lancio, Amazon Business è ora disponibile negli Stati Uniti, Germania, Regno Unito, Francia, Giappone, India, Italia e Spagna e serve le aziende di oltre 60 Paesi in tutto il mondo.



Amazon avvia in Italia il portale business dedicato alle imprese

di Matteo Rizzi

A Amazon avvia il portale B2b riservato alle imprese. La società di e-commerce ha lanciato Amazon Business (www.amazon.it/business) per soddisfare le peculiari necessità degli acquisti tra società. Il nuovo portale, infatti, consente di visualizzare i prezzi al netto dell'Iva, creare impostazioni ad hoc per procedere all'approvazione degli acquisti e generare account multiutente. Inoltre è possibile stabilire limiti di spesa personalizzati e gestire le proprie fatture. Anche i venditori terzi che operano su Amazon.it avranno accesso a una nuova serie di funzionalità per raggiungere direttamente i clienti aziendali, come stabilire offerte esclusive per le aziende o prevedere sconti in base alle quantità. Amazon Business, che permette l'accesso a oltre 250 milioni di prodotti, è disponibile negli Stati Uniti, Germania, Regno Unito, Francia, Giappone, India, e Spagna. «Molti clienti effettuano già acquisti su Amazon.it per le proprie esigenze aziendali. Con questo lancio, Amazon.it ora offre loro un'esperienza molto più comoda. Abbiamo ascoltato i clienti e aggiunto le funzionalità che rendono gli acquisti per le aziende facili e convenienti. Le nuove funzionalità personalizzate, come gli account aziendali che possono essere gestiti da più utenti e l'opportunità di impostare livelli di approvazione interna e limiti di spesa personalizzati per approvare gli ordini, consentono alle aziende di semplificare e migliorare i propri processi di acquisto», ha dichiarato Todd Heimes, Director di Amazon Business Eu. (riproduzione riservata)



FLOTTE AZIENDALI

Acquisti sul web Fca Bank si allea con MiaCar per l'e-commerce dell'auto



La Tipo Station Wagon, modello ideale anche per le flotte

TORINO

Fca Bank porta avanti lo sviluppo della vendita online alleandosi con MiaCar, una delle prime piattaforme online in Italia ad applicare i metodi e gli standard dell'e-commerce al mondo delle auto nuove. Nasce una nuova proposta che prevede il finanziamento dell'auto nuova acquistata sul web, all'insegna di

massima trasparenza e senza sorprese. Sulla piattaforma www.miacar.it, i clienti possono confrontare le offerte (in tutti i segmenti), trovare il prezzo migliore, prenotare la vettura e finanziare l'acquisto. Con la foto della vettura, il sito presenta modello, allestimento, motore, scheda tecnica e prezzi reali scontati. —

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



EBAY

In Lombardia i venditori più attivi

Ebay celebra con una pagina dedicata i primi imprenditori che fin dal lontano 1996 hanno cominciato a vendere sulla piattaforma online anche in Italia. Il primo è un messinese, Piero Muscara. I primi 100 venditori italiani oggi si trovano in Lombardia, seguita da Lazio e Emilia Romagna.

Rank	Seller Name	City	Region	Start Date	Sales Volume
1	Piero Muscara	Messina	Calabria	1996	...
2
3
4
5
6
7
8
9
10

IN BREVE

PAGAMENTI

Accordo fra CartaBcc e SamsungPay

il brand di Iccrea Banca che riunisce l'offerta di carte di pagamento ai clienti delle Banche di Credito Cooperativo, offrirà il servizio di pagamento Samsung Pay. Sarà quindi possibile registrare tutte le carte della gamma CartaBCC, credito, prepagate e debito, nell'app Samsung Pay per effettuare pagamenti utilizzando anche la tecnologia contactless.



Fisco e partite Iva Slitta al 1° gennaio l'obbligo di e-fattura per i carburanti

Mobili e Parente

— a pagina 21

E-fattura per i carburanti obbligatoria solo dal 2019

ADEMPIMENTI

Il Dl varato ieri dal Governo rinvia l'addio alla scheda che registra i rifornimenti

Per dedurre i costi e detrarre l'Iva solo pagamenti tracciabili

**Marco Mobili
Giovanni Parente**

Alla fine è spuntato il decreto legge "light" (atteso già oggi in «Gazzetta Ufficiale») per spostare in avanti di sei mesi l'obbligatorietà della fattura elettronica nella cessione di carburanti, come aveva anticipato il vice-premier Luigi Di Maio convincendo i benzinai a revocare lo sciopero inizialmente fissato per il 26 giugno. Il Consiglio dei ministri di ieri ha varato, infatti, un Dl monotematico solo per intervenire sulla scadenza del prossimo 1° luglio e rinviando probabilmente già a inizio della prossima settimana l'ipotesi di un provvedimento più strutturato che tenesse dentro anche le misure sul lavoro a termine, per contrastare la delocalizzazione e gli altri interventi di semplificazione annunciati nei giorni scorsi (dall'alleggerimento dello split payment con

l'esclusione dei professionisti al ritorno al passato per lo spesometro con un solo invio cumulativo per il 2018).

Ma torniamo allo slittamento dell'obbligo di fatturazione elettronica. La soluzione scelta dal Governo passa per il doppio binario (già più volte anticipato su queste pagine). In pratica, l'e-fattura nelle cessioni di carburante per autotrazione ai titolari di partita Iva diventerà obbligatoria solo a partire dal 1° gennaio 2019: data dalla quale l'emissione del documento digitale si estenderà a tutte le operazioni tra privati. Di fatto, questo significa che resterà in vita per tutto il secondo semestre dell'anno la scheda carburante, che servirà a documentare le spese sostenute e a poter effettuare la deduzione dei costi sostenuti nella dichiarazione dei redditi da presentare il prossimo anno e a poter effettuare la detrazione dell'Iva. Ma con un vincolo: rimane l'obbligo di adottare pagamenti tracciabili per sfruttare i benefici fiscali. Un obbligo sancito sempre dalla manovra 2018 (legge 205/2017, articolo 1, commi 922 e 923), che ha previsto l'estensione dell'e-fattura oltre agli scambi di beni e servizi con le Pa. Tracciabilità che, secondo il provvedimento delle Entrate dello scorso 5 aprile, può essere assicurata con qualsiasi strumento diverso dal contante.

La scelta su questa opzione di posticipo della prima parte dell'operazione e-fattura si può spiegare essenzialmente con due ragioni. La prima è di carattere finanziario. Un rinvio secco della fatturazione elettronica nella vendita di carburanti sarebbe costata alle casse pubbliche circa 200 milioni di euro e avrebbe comportato la necessità di reperire le necessarie coperture. Il doppio binario, invece, dovrebbe costare 5 milioni coperti con una riduzione dello stanziamento dei Fondi di riserva del ministero dell'Economia. La seconda ragione è, invece, di ordine pratico. In questo modo, infatti, non si penalizzano gli operatori che sono pronti a partire e che possono quindi già emettere fattura elettronica dal 1° luglio. Non a caso, ancora ieri il presidente dell'Unione petrolifera (Up), Claudio Spinaci, auspicava un rinvio che non coinvolgesse tutta la filiera per la valenza antifrode dell'operazione.

Esprime soddisfazione il presidente del Consiglio nazionale dei commercialisti (Cndcec), Massimo Miani, che giudica «positivo» il rinvio: «Da mesi affermiamo che un passaggio così delicato per il fisco italiano va gestito in maniera ragionevole e graduale, senza pericolose accelerazioni. La decisione dell'esecutivo recepisce queste nostre preoccupazioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'EBOOK



In vendita online

Sul sito del Sole 24 Ore l'ebook «La fatturazione elettronica» (in vendita a 2,59 euro): tutti i passaggi e le procedure da seguire in vista dell'obbligo anche nelle operazioni tra privati dal 2019.
www.ilsole24ore.com/ebook



 La riforma europea

Copyright e web, perché la direttiva Ue non è un bavaglio

 STORIE & VOLTI

EUROPA E COPYRIGHT

Perché il lavoro intellettuale va riconosciuto

di **Daniele Manca**

L'era digitale si sta sempre più delineando come l'era dei paradossi. A cominciare da quello che potrebbe minare uno dei fondamenti principali delle comunità moderne: retribuire il lavoro di chi fornisce prodotti o servizi.

È quello che si sta rischiando in queste settimane con un dibattito alimentato anche dalla persona che più di altri dovrebbe difendere chi produce: il ministro del Lavoro.

L'Europa sta procedendo alla riforma del copyright per permettere a chi fa un lavoro intellettuale che venisse veicolato anche via Internet di essere retribuito. La commissione giuridica dell'Europarlamento ha dato il via libera alla nuova normativa la settimana scorsa per permettere che si arrivi al mercato unico digitale. Quel mercato unico che, come si è visto nel caso delle telecomunicazioni, ha portato enormi benefici in termini di prezzi ai consumatori e diffusione delle tecnologie.

La normativa è entrata nel mirino delle grandi organizzazioni dell'hi-tech. Dal loro punto di vista è comprensibile. In Italia quasi il 70% del tempo trascorso su Internet è speso su WhatsApp, Facebook, Google, Instagram e YouTube. Vale a dire su tutte applicazioni possedute dal duopolio Facebook-Google. Grazie ai dati che noi forniamo loro più o meno coscientemente, possono sì fornirci servizi gratuiti, ma guadagnando miliardi come si vede dai loro bilanci, vendendo alla pubblicità e alle aziende l'enorme mercato che controllano.

Come interviene la direttiva Ue? Con due articoli. Sono il numero 11 e il 13. Il secondo è quello più generale. Si impone a piattaforme come YouTube o Instagram e a i maghi della tecnologia che le guidano, di installare filtri che permettano di individuare contenuti protetti da copyright. Si fissa cioè il principio che un lavoro intellettuale non perché semplice prodotto della mente, della creatività, che si tratti di uno spettacolo teatrale di una canzone o di un racconto, possa essere tranquillamente scambiato online senza che al lavoratore venga corrisposto il minimo compenso.

A far comprendere la posta in gioco sono i casi tedesco e spagnolo. Nei due Paesi dove

hanno provato a introdurre delle forme di pagamento, Google ha semplicemente lasciato il mercato. Minacciare la disapplicazione della direttiva nel caso venisse approvata dall'Europarlamento la settimana prossima come ha fatto il ministro Luigi Di Maio, costringerebbe l'Italia ad azioni solitarie e probabilmente destinate all'insuccesso. Sempre che si sia d'accordo sul principio che anche il lavoro intellettuale distribuito online debba essere compensato al pari dei riders o di altre professioni.

L'altro articolo, il numero 11, introduce il principio che le piattaforme online debbano pagare nel caso utilizzino link di notizie prodotti da altri. A testimonianza di quanto sia in atto una battaglia culturale, la norma è stata battezzata furbescamente come link tax, cosa che non è. Si tratta del pagamento di informazioni, non di tassa.

Si prenda il caso dei cosiddetti «snippet». Molti aggregatori cosa fanno? Mandano in giro i loro spyder, ragni elettronici, che prelevano dai siti di informazione titoli, sommari, foto e qualche rigo di testo, per trasferirli su proprie piattaforme. Anche qui in molti casi senza accordi o pagamenti con chi ha prodotto quelle informazioni.

Il ministro Di Maio parlando della normativa europea ha detto che quelle leggi «potrebbero mettere il bavaglio alla rete». Ma è evidente che non si sta mettendo in discussione il singolo utente che scambia idee o parti di contenuti (cosa ben diversa da veicolare interi film o romanzi o articoli), ma lo sfruttamento sistematico da parte di chi gode di posizioni dominanti sul mercato e si fa forte di questa distribuzione parallela per indebolire i produttori di contenuti.

Il ministro ha usato fortunatamente il condizionale. Se pensava a difetti di scrittura o tecnicità che possono migliorare la direttiva a livello nazionale come peraltro previsto, è un conto; altro è mettere in discussione principi. Come retribuire il lavoro, anche intellettuale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Messaggi, email, studi «amici»: Google corteggia gli eurodeputati

I lobbisti del gigante Usa al lavoro a Bruxelles per condizionare la nuova normativa

Lo scenario

di Ivo Caizzi

DAL NOSTRO INVIATO

BRUXELLES La multinazionale Usa Google sta estendendo perfino nel weekend in arrivo una massiccia campagna di lobbying, che addetti alle attività comunitarie definiscono «senza precedenti» in Europa, dove l'influenza dei gruppi di pressione è invadente e si diffonde a volte anche riservatamente per la carenza di efficaci regole di trasparenza e di controlli adeguati.

Il gigante di Mountain View punta a bloccare nell'Europarlamento la nuova normativa Ue sul diritto d'autore. Le imporrebbe di pagare per i contenuti in rete di editori, autori e proprietari del copyright in genere, finora utilizzati gratis. Rischia di perdere introiti ingenti e una parte del valore di Borsa.

Ma, insieme ad altre multinazionali della rete come Facebook o YouTube, un primo risultato sembra averlo raggiunto. Lunedì prossimo, all'apertura della sessione a Strasburgo, una mozione con 76 firme dei 751 eurodeputati dovrebbe chiedere di votare il testo approvato in commissione (con 14 sì, 9 no e 2 astensioni). Giovedì 5 luglio la maggioranza dell'Assemblea Ue dovrebbe decidere in aula se procedere o se introdurre modifiche a settembre.

L'opacità delle attività di lobbying a Bruxelles impedisce di capire se e quanto i lobbisti di Google abbiano influito nella redazione del testo complesso e «pasticciato» in vari punti. Di sicuro scontenta molti e, per motivi diversi, aumenta gli oppositori. Non si è coagulato il prevedibile ampio fronte antimultinazionali Usa del digitale, sotto accusa nell'Ue anche per pagare tasse minime o quasi nulle ricorrendo ai

paradisi fiscali. «L'esito del voto del 5 luglio è molto incerto perché i partiti sono divisi al loro interno per motivi a volte opposti — ha dichiarato al *Corriere* l'eurodeputata tedesca dei Verdi Julia Rada, annunciando di aver raccolto le 76 firme per la mozione —. Google si oppone perché non vuole pagare il copyright. Noi vediamo in altri punti un attacco alla libertà di espressione sulla rete».

In passato Google fu indicata da Transparency International come il gruppo che più aveva sviluppato contatti lobbistici con la Commissione europea, responsabile della proposta di riforma del diritto d'autore. Lobby con interessi opposti hanno fatto circolare indiscrezioni di ingenti finanziamenti di Mountain View a istituti universitari e di ricerca dei Paesi Ue più influenti (a partire da Germania e Francia), che avrebbero poi prodotto studi scientifici funzionali per difendere a Bruxelles gli interessi della multinazionale Usa.

Negli ultimi giorni le caselle di posta elettronica di eurodeputati sono state intasate da messaggi in sintonia con la linea di Google e Facebook. Sono arrivate perfino proteste di piccoli editori del settore «news digitali», sorprendentemente contrari a farsi pagare i diritti. Un piano multimilionario di Google, detto Digital news initiative, li avrebbe convinti della loro convenienza a dissociarsi dagli editori tradizionali, schierati a favore delle nuove norme sul copyright in rete.

Queste strategie di lobbying aggressivo sono abituali durante l'elaborazione dei provvedimenti a Bruxelles, dove opererebbero oltre 11 mila entità di pressione istituzionale. Non sono attività illegali. Stavolta, però, sono diventate capillari e martellanti. E gli esiti del voto alla Camera Ue, la settimana prossima, appaiono destinati a far

capire quanto spazio resta in Europa per varare leggi nell'interesse dei cittadini dei 28 Stati membri, quando sono coinvolti gli interessi di ricche multinazionali o di imprese potenti.

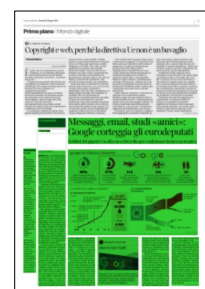
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il voto

● Il Parlamento Europeo deve approvare la nuova direttiva sul copyright dell'Ue, il primo importante aggiornamento della legge europea sul diritto d'autore dal 2001

● Le nuove norme mirano a garantire che le opere coperte da copyright siano ben protette sul mercato. Il regolamento garantirebbe agli editori nuovi diritti legali per chiedere il risarcimento per i frammenti di articoli che Google e altri aggregatori di notizie pubblicano online

● Il 5 luglio è atteso il voto dell'Europarlamento. L'esito è incerto: ci sono crepe sul fronte anti-multinazionali Usa del digitale, sotto accusa nella Ue anche perché pagano tasse minime ricorrendo ai paradisi fiscali



I gruppi di influenza a Bruxelles



30%

degli ex parlamentari Ue che hanno lasciato la politica ora lavora per aziende iscritte nel registro delle lobby



57%

dei loro lobbisti prima lavorava nelle istituzioni europee



115

i casi di «porte girevoli» tra lavoratori di Google e delle istituzioni europee



124

gli incontri negli ultimi due anni dei lobbisti di Google con i membri della Commissione. Più di una volta alla settimana



23

le persone dalle istituzioni europee che Google ha assunto dal 2009

L'ATTIVITÀ DI LOBBY IN EUROPA

Le organizzazioni registrate



11.327
organizzazioni

82.096



I lobbisti nell'Ue

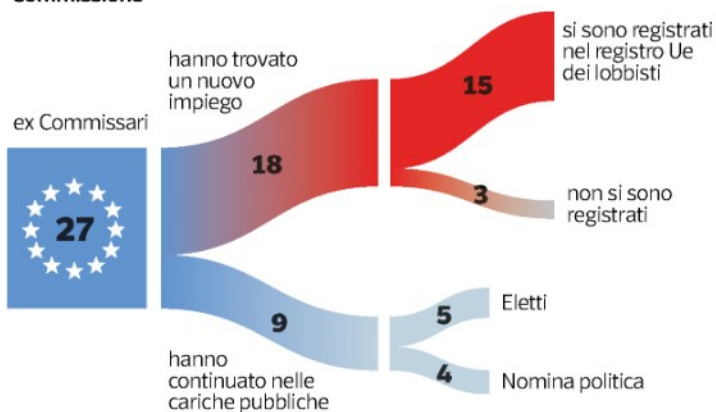
di cui:

6.959

hanno accesso al Parlamento

Fonte: Parlamento europeo

I 27 membri dell'ultima Commissione



Corriere della Sera

Il quartier generale

MOUNTAIN VIEW



Mountain View è il comune della contea di Santa Clara in California sede di importanti aziende del tech come Google, Mozilla e Symantec. Il quartiere generale di Big G è noto anche come Googleplex.

Digital economy and society index (Desi)

Ecco perché l'Italia cresce negli open data

Riccardo Saporiti

Trasformare gli open data in valore economico. Farne, cioè, materia prima per le imprese. Una sfida tanto più affascinante per un Paese come l'Italia che, a dirlo è la Commissione europea, è tra i migliori nell'apertura dei dati.

L'affermazione è contenuta nel Desi, ovvero il Digital economy and society index, indicatore elaborato a Bruxelles che misura le prestazioni delle nazioni europee sotto diversi aspetti che hanno a che fare con il mondo digitale. Si va da quelli più strutturali, come la diffusione e la velocità della banda larga o il numero di laureati Ict, fino all'utilizzo dei social media o al consumo di video on line. Tra i tanti elementi misurati, appunto, ci sono anche gli open data.

Nello specifico, la commissione elabora quello che definisce Open data maturity indicator. Ovvero uno strumento che misura innanzitutto l'implementazione di politiche rivolte alla pubblicazione di dati in formato aperto, con particolare riferimento alle prescrizioni contenute nella direttiva europea 2003/98 sul riutilizzo delle informazioni pubbliche e nei suoi successivi aggiornamenti. Quindi le caratteristiche del portale nazionale degli open data e il possibile impatto politico, sociale ed economico legato all'utilizzo di

questi dati.

L'elemento di interesse sta nel fatto che nel 2018 l'Italia si è piazzata all'ottavo posto della classifica dedicata agli open data stilata con i numeri Desi, subito prima del Regno Unito. E con la Germania che addirittura rimane al di sotto della media europea. Solo Spagna e Francia, tra le principali economie del continente, fanno meglio. Non solo. Se si guarda all'andamento anno su anno, tra il 2017 ed il 2018 l'Italia è il Paese che ha registrato il secondo maggior incremento nell'indice dedicato agli open data dopo la Lettonia. Nello specifico, su un indicatore che ha come valore massimo 1, Roma è cresciuta di 0,2913, arrivando ad un totale di 0,81.

Non solo. A rendere ancora più significativo il risultato, c'è il fatto che negli altri indicatori l'Italia arranca in fondo alla classifica, muovendosi tra il 28esimo ed il 25esimo posto. Questa spinta in direzione degli open data, in altre parole, è tanto più forte quanto si considera che è in controtendenza rispetto ad un contesto di forte ritardo sul tema della digitalizzazione.

Il fatto è che per scatenare tutto il proprio potenziale, magari anche aiutando a risollevarli altri indicatori, questi dati non devono rimanere dei fogli elettronici pubblicati sul sito dati.gov.it o sugli altri portali dedicati agli open data. La trasparenza, in altre parole, non deve essere fine a sé

stessa. Occorre dunque che le aziende comincino ad utilizzarli come se fossero materia prima, impiegandoli per fare business.

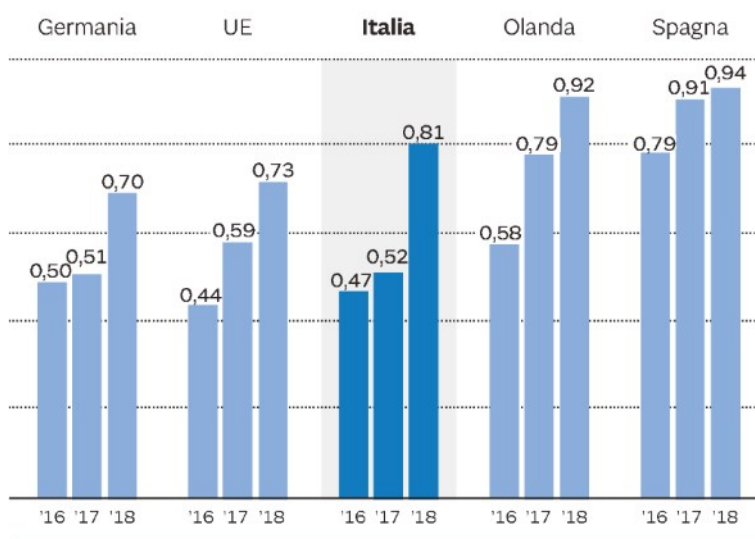
Possibile? Ovviamente sì. E per capire quante realtà lo stiano facendo GovLab, centro di ricerche della New York University, ha lanciato anche in Italia il proprio censimento delle imprese che utilizzano i dati aperti. Il risultato, possibile grazie alla collaborazione con la Fondazione Bruno Kessler di Trento, è Open Data 200 Italia.

Ovvero uno studio, realizzato in parte con interviste in parte utilizzando la banca dati Atoka, che fotografa i casi di 200 imprese italiane che fanno business con gli open data. Al momento sono stati rilasciati i risultati relativi alle prime 55: numeri che indicano come le principali fonti di informazione siano l'Istat e dati.gov.it, seguiti dal Mise e dall'Inps. Ma non mancano quelle che fanno ricorso alle informazioni condivise dal Mibact o dal ministero della Salute. Le attività sono le più diverse. C'è, ovviamente, chi offre servizi di analisi dati, ma anche chi si propone di favorire la promozione turistica dei piccoli comuni, chi si occupa di ambiente. Il punto in comune è che l'attività di queste imprese trae impulso dagli open data. Che in questo modo, da numeri sul foglio elettronico si trasformano in punti di Pil.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'USO DEGLI OPEN DATA IN EUROPA

Il sottoindice Desi relativo agli open data negli ultimi tre anni



Fonte: Desi



Gli attrezzi dei big data pronti per le aziende

— a pagina 29

Università-imprese. Più che le grandi, sono le piccole imprese che devono risolvere il problema della governance dei grandi database: ci sono piattaforme che permettono una gestione efficiente del business

Gli attrezzi dei big data in azienda

Luca Tremolada

Provate a entrare in una qualsiasi università, chiedete dei corsi di informatica e delle aule dove si studia per diventare data scientist. A questo punto mettetevi davanti a una macchinetta del caffè e provate a intercettare le chiacchiere degli scienziati dei dati del futuro. Uno su due - la statistica prendiamola con il beneficio del dubbio - vi dirà che il problema non è mai o quasi l'algoritmo o la matematica ma i dati. Dove trovarli, come accedere ai database, dove affinare le ricerche e addestrare i programmi di machine learning. «Si parte sempre dai dati. Ma la data science non mi stancherò mai di ripeterlo non è informatica. È una disciplina nuova». Carlo Batini è coordinatore del gruppo di lavoro sul corso di Laurea Magistrale in Data Science all'Università Bicocca di Milano. Il corso è iniziato due anni fa ed è un laboratorio a cielo aperto per provare a capire come si sta evolvendo questa che è probabilmente la professione più ricercata nell'ambito dell'Ict (Information and Communication Technology).

Un report della società di consulenza Deloitte pronostica una "carenza" di un milione di analisti di dati a livello globale entro il 2018. L'equivalente di due volte i professionisti Ict che saranno richiesti dall'intera Europa entro il 2020. «Tutti li vogliono anche se non esiste una ricetta valida per tutti - commenta Batini -. È infatti in-

teressante osservare come gli iscritti provengano da un vasto insieme di competenze: da noi oltre 40% ha una formazione da economista, il 20% sono statistici e il 15% informatici». Il valore di quello che torna a essere un sapere rinascimentale, multidisciplinare, aperto è compreso bene dalle grandi aziende. «Meno dalle piccole e medie - sottolinea Batini - che non hanno risorse sufficienti per gestire la complessità della governance. Con Assolombarda stiamo lavorando in questa direzione ma quello che manca è anche la consapevolezza sulle potenzialità dell'uso dei dati».

I progetti a cui lavorano i data scientist milanesi descrivono un approccio al marketing e al business che non ha precedenti nello studio dell'economia aziendale. L'apprendimento automatizzato può aiutare un operatore telefonico a individuare se ci sono comportamenti che si ripetono nei tassi di abbandono. Con il machine learning le utilities energetiche possono sperimentare la manutenzione predittiva, ossia capire in anticipo la probabilità che una centralina si guasti o abbia bisogno di un intervento tecnico. Correlando i dati meteorologici con quelli di business si può studiare se esistano fattori stagionali in ambito commerciale. «Il discrimine sono sempre e solo i dati, la scelta delle fonti, l'accesso a database pubblici e privati. Una delle killer application per i nostri studenti è rappresentata da strumenti come Kaggle che usiamo al-

l'università per far incontrare la domanda di data scientist e l'offerta di database da parte delle aziende».

Acquisito l'anno scorso da Google, Kaggle è un marketplace dove si incontrano offerta di dataset e data scientist. L'università Bicocca ha partecipato ad alcune challenge che per le aziende sono una manna dal cielo. Il sistema si limita a mettere in contatto studenti e aziende disintermediando i docenti. Su questa falsariga ci sono anche altre piattaforme online come DrivenData o Data.World che è una sorta di Facebook per data-journalist. Esistono tool a disposizione di tutti per trattare grandi moli di dati. Come ad esempio MongoDB, Neo4j, Apache Kafka. Tutti hanno le potenzialità di offrire la possibilità di analizzare ed estrarre significato dai dati. Ed è questo forse il punto di contatto tra i data scientist e chi si occupa di giornalismo di dati. La pancia del reporter da una parte e il rigore dello scienziato dei dati dall'altro. «Giornalismo e dati sono mondi che si parlano - commenta Batini -. Il punto di contatto è proprio l'individuazione delle fonti autorevoli, le domande che vogliamo rivolgere ai database e la tecnologia». Il primo terreno di prova sarà proprio Info Data, il blog di data journalism del Sole 24 Ore che, in collaborazione con gli studenti in Data Science dell'ateneo milanese, ha iniziato una collaborazione per raccontare quello che i dati ancora non dicono.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I tool online

**Il social per i data journalist**

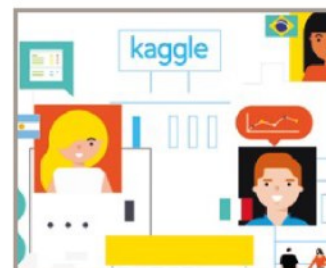
Si presenta come il social network per le persone che usano i dati: «the social network for data people». Ora Data.World è gratuito. Ma quando uscirà dalla versione beta introdurrà forme a pagamento in modalità freemium. È possibile inserire risorse in un dataset, non solo via upload, ma anche attraverso una Url pubblica <https://data.world/>

**Streaming as a service**

Apache Kafka è un sistema open source di messaggistica istantanea, che consente la gestione di un elevato numero di operazioni in tempo reale da migliaia di client, sia in lettura che in scrittura. Tra i vantaggi c'è il monitoraggio delle attività sul web come per esempio i flussi di Twitter cloudkarafka.com

**Database as a service**

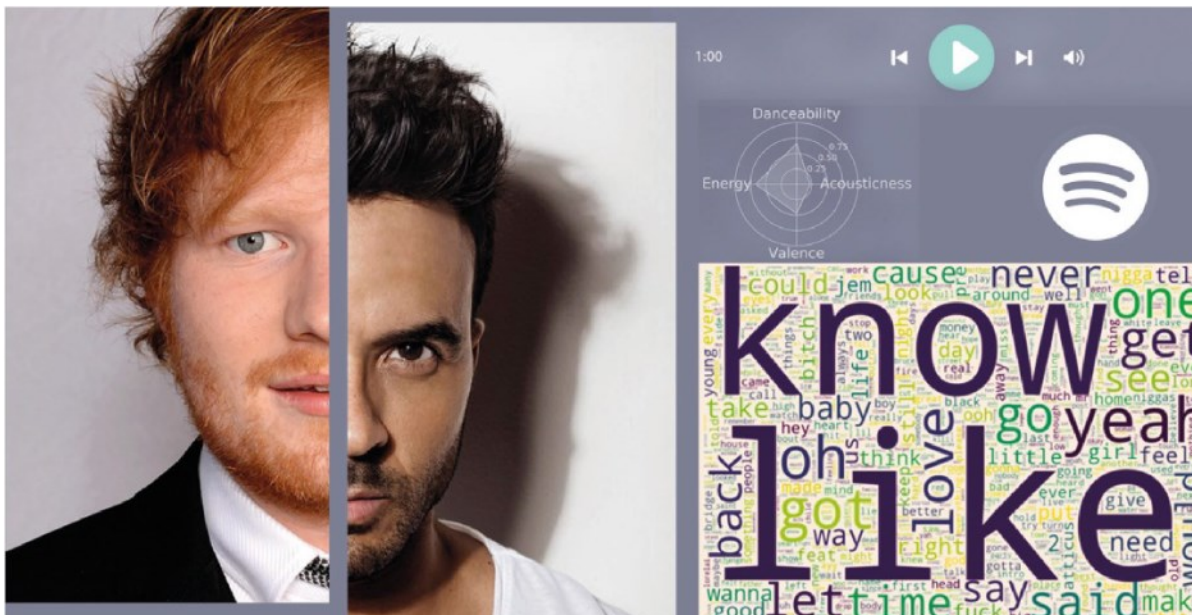
MongoDB è un sistema gestionale di basi di dati NoSQL, senza schema e non basato sul modello relazionale. Il suo nome deriva dall'aggettivo «huMONGOU» (termine inglese che significa gigante, enorme, gigantesco) ed è riferito alla capacità di immagazzinare grosse quantità di dati mongodb.com

**Marketplace for data scientist**

Acquisito l'anno scorso da Google, Kaggle è il software di crowdsourcing dedicato all'apprendimento automatico. Ci lavorano più di 600mila data scientist. Dal 2010 è usata per competizioni di modelli predittivi e analitici. Diverse aziende ed enti di ricerca di tutto il mondo condividono i loro dati kaggle.com



Carlo Batini
Coordinatore del gruppo di lavoro sul corso di Laurea Magistrale in Data Science alla Bicocca di Milano; è autore di oltre cento articoli

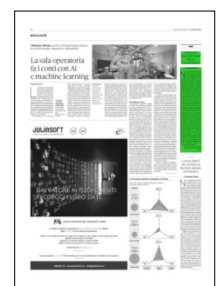


IDEE
EDUCARE
ALLA GESTIONE
DELLA
COMPLESSITÀ
 di **Piero Dominici**

Nella civiltà ipertecnologica, fondata sul controllo totale, sull'illusione della prevedibilità, sulla programmazione e segnata da una progressiva crescita del tecnologicamente controllato, le sfide del cambiamento sono riconducibili all'urgenza di ridefinire la centralità dell'Umano, dentro ecosistemi in cui non esiste più confine tra naturale e artificiale. Occorre ripensare a fondo l'educazione anche perché le straordinarie scoperte scientifiche e innovazioni tecnologiche, la velocità e l'intrinseca dinamicità del mutamento, non ci conducono verso la semplificazione. Di conseguenza, informazione e comunicazione assumono una rilevanza ancor più strategica nell'interazione con la varietà, l'ambivalenza, l'imprevedibilità, la complessità dei processi. Governarle significa provare a dare senso e sistematicità a quella sterminata disponibilità di dati e informazioni e dover fare i conti con l'aumento di variabili da considerare per poter osservare, interpretare, comprendere i fenomeni. Occorre prestare molta attenzione a non cadere nella logica dominante delle soluzioni semplici a problemi complessi, nelle retoriche della disintermediazione, nelle grandi narrazioni relative a una democrazia diretta e semplificata. Sullo sfondo, il rischio di continuare a trattare i sistemi complessi come fossero complicati. Perché «democrazia è complessità».

*Direttore scientifico del Complexity
 Education Project, Università di
 Perugia*

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Bari 5G, prove tecniche di futuro così abbiamo testato il superweb

FRANCESCA RUSSI, pagina V

Il racconto *La sperimentazione in anteprima*

Bari a 5G, il futuro è già cominciato così il superweb ci migliorerà la vita

Abbiamo testato le applicazioni innovative legate alla rete mobile di quinta generazione Dalla sanità al turismo e alla sicurezza

FRANCESCA RUSSI

Il futuro abita a Bari. E corre alla velocità di 3 gigabit al secondo. Tanto quanto basta per inviare un elettrocardiogramma in

ospedale, misurare i livelli di stress di un autista, riconoscere un volto con lo scanner. È la rete mobile di quinta generazione a disegnare la città che verrà: intelligente, efficiente e (soprattutto) velocissima. La sperimentazione 5G Bari-Matera avviata da Tim, Fastweb e Huawei ha abbandonato i laboratori e si è trasferita nella realtà. Che è sempre meno virtuale e sempre più concreta. Ecco, l'Internet delle cose. Le applicazioni innovative che sfruttano la tecnologia del 5G – appena lanciate a Bari nell'ambito della verifica effettuata dal ministero dello Sviluppo economico sullo stato di avanzamento del progetto – riguardano la sanità

e la sicurezza, il turismo e l'illuminazione. In tutto sette nuovissimi servizi. Attraverso un protocollo con l'Istituto oncologico di Bari l'ospedale arriva a casa. Il progetto di telemedicina prevede l'assistenza domiciliare con l'utilizzo di dispositivi diagnostici di ultima



generazione per i pazienti oncoematologici nella fase post-chemioterapica. È l'ospedale diffuso in grado di trasmettere al medico in tempo reale i parametri vitali del paziente e di consentire di rimodulare le terapie senza uscire di casa. «L'obiettivo è la deospedalizzazione del paziente cronico – spiega il professor Attilio Guarini, dell'Istituto Giovanni Paolo II – lasciando liberi posti letto e budget». Il paziente riceve in dotazione anche una cassetta con le medicine, suddivise per giorni della settimana, dotata di sensori. A l'ora X scatta l'allarme per prendere la pillola: se il paziente è fuori casa, gli arriva un sms sul telefonino. È rivolta invece agli autisti di pullman (a sperimentarla saranno i dipendenti della Miccolis) l'applicazione per il monitoraggio dello stato di salute. Si tratta di una t-shirt in nanofibre conduttive che, indossata alla guida, registra in tempo reale battiti al minuto, livello di stress, postura e geolocalizzazione e comunica con uno smartphone in bluetooth. In caso di anomalie il telefonino chiede all'autista se ha bisogno di aiuto: se non risponde, parte l'allarme alla centrale di controllo. Punta a ridurre i consumi e renderli più efficienti, invece, il progetto di smart lighting, in partner con Olivetti, che doterà i Comuni di Bari e Matera di un sistema di illuminazione gestito da remoto: attraverso i sensori si potrà regolare l'intensità della luce a seconda dell'orario e ricevere in tempo reale le informazioni sui guasti. Mentre

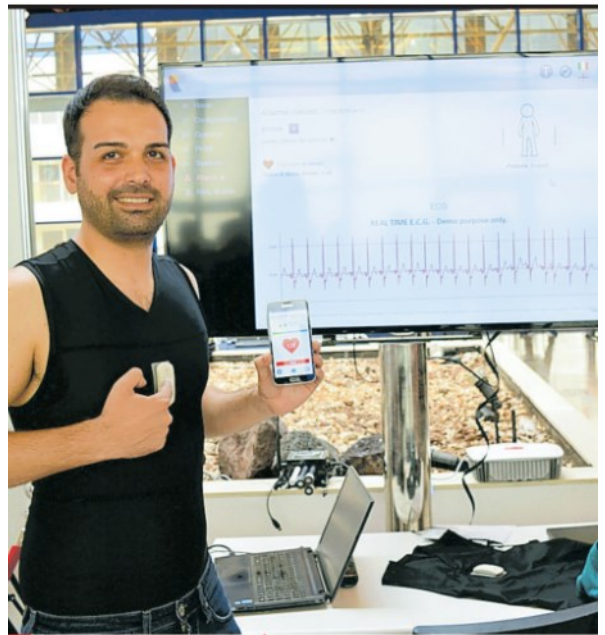
lo smartwall, un murale intelligente pensato per riqualificare spazi urbani e trasformarli in luoghi di incontro, sarà dotato di sensori di prossimità che si collegheranno agli smartphone nelle vicinanze: saranno in grado di inviare agli utenti notifiche con informazioni su servizi e attrazioni nelle vicinanze. Pensata per il turismo anche l'applicazione di realtà aumentata che in meno di un secondo teletrasporta chiunque in una chiesa rupestre di Matera o fra i Sassi: basta indossare una maschera e impugnare i joystick per avere davanti a sé una guida turistica (formato avatar) che interagisce, spiega, porta a spasso. L'effetto è stupefacente e viene davvero voglia di camminare ed esplorare il mondo attorno, pur sapendo di essere soltanto in una stanza di pochi metri quadrati. Ed è destinato alla sicurezza e al controllo degli accessi nell'area portuale il sistema di sensori, videocamere, terminali e droni progettato da Bosch e Leonardo e collegato con una piattaforma centralizzata di comando: la videosorveglianza evoluta è in grado di raccogliere in tempo reale i flussi video e riconoscere i volti delle persone in movimento confrontandoli con database. A garantire sicurezza in grandi eventi anche minicamere indossabili da dare in dotazione agli agenti. Infine l'informazione: con le news in 5G, progettate da Rai News e Rai Way, il trasferimento dei contenuti audiovisivi in alta definizione migliora la qualità delle immagini e i tempi di collegamento tra regia del telegiornale e inviato esterno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



1 La telemedicina

Arriva l'ospedale a domicilio per l'assistenza di pazienti onco-ematologici. La telemedicina in 5G consente di monitorare e trasmettere in tempo reale, attraverso un sensore e uno schermo, i parametri vitali e di effettuare una tele diagnosi. A sperimentarla è l'istituto oncologico di Bari



2 La t-shirt con i sensori

La t-shirt di tessuto intelligente in nano fibre conduttive dotata di sensori per monitorare i livelli di stress e trasmettere i dati a uno smartphone: in caso di anomalie scatta l'allert alla centrale di controllo. Coinvolti nella sperimentazione gli autisti di linea della Miccolis spa



3 Il tour virtuale

Maschera sugli occhi e joystick tra le mani: così si può visitare Matera. A guidare il turista virtuale è un avatar collegato in diretta da Torino che risponde alle domande, interagisce e spiega. Con un clic ci si può teletrasportare in una chiesa rupestre e passeggiare



4 L'illuminazione pubblica

Il progetto di smart light coinvolgerà il Comune di Bari. Attraverso sensori intelligenti si potrà regolare l'intensità della pubblica illuminazione e intervenire in tempo reale sui guasti. I sensori saranno utilizzati successivamente anche per i parcheggi su strada per segnalare quelli liberi



5 I graffiti urbani

Basta avvicinarsi allo smarwall per ricevere sul proprio smartphone notifiche su servizi e luoghi da visitare nelle vicinanze. Il progetto di graffiti urbani sarà sperimentato a Matera e servirà a fare promozione e attirare i turisti, oltre che abbellire aree urbane con murales in resina



6 Il riconoscimento facciale

La sicurezza nel porto di Bari passerà da telecamere e sensori collegati con una centrale di comando. Il sistema di riconoscimento facciale scansiona e identifica in pochi secondi i volti catturati nei flussi di persone in movimento e li confronta con i database

BROADCASTER E 5G

Agcom, ok al Piano frequenze ma «criticità»

Andrea Biondi

Dall'Agcom arriva l'ok al Piano nazionale delle frequenze ma – come anticipato sul *Sole 24 Ore* dello scorso 16 giugno – segnalando alcune «criticità sull'attuazione della legge di Bilancio», su cui è stata «inviata una segnalazione al Governo».

Altro passo in avanti, dunque, nella marcia di avvicinamento al 5G in Italia, accompagnato però dai nodi arrivati al pettine, con la segnalazione di Agcom. La questione gravita attorno al passaggio delle frequenze 700 Mhz dai broadcaster alle telco nell'ambito dell'asta 5G in previsione dopo l'estate e dalla

quale lo Stato attende incassi per circa 2,9 miliardi entro il 2022. Oltre alla banda 700 MHz, l'asta si baserà sulle altre due bande «pioniere»: 3.400–3.800 MHz e 24,5–27,5 GHz. Ma sulla 700, dovendo passare dai broadcaster alle telco, c'è già stata la levata di scudi di Mediaset e La7 che hanno fatto ricorso al Tar.

«Il Piano – si legge nella nota di Agcom – prevede 15 nuove reti digitali terrestri in tecnologia Dvb-T2, così ripartite: 10 reti nazionali in banda UHF, 4 reti locali in banda UHF e una rete su base regionale in banda III VHF destinata, secondo la normativa, alla trasmissione di programmi televisivi in ambito locale nonché di programmi di servizio pubblico contenenti

l'informazione a livello regionale». In questo momento esistono 20 multiplex nazionali. E quindi quello con cui le tv dovranno fare i conti è un'operazione di dimagrimento, che è stata contestata con i ricorsi al Tar. «L'attuale ripartizione del Piano tra reti nazionali e reti locali è il risultato dell'applicazione della riserva di un terzo dello spettro alle emittenti locali, un vincolo normativo che non è il risultato di un'analisi di effettivo fabbisogno e che potrebbe quindi inficiare l'allocazione efficiente dello spettro nel nuovo contesto di refarming», ha commentato il commissario Agcom, Antonio Nicita.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



DENARO&LETTERA**TELECOM ITALIA +0,65%**

Alta volatilità: il titolo cade fino ai minimi dal 2013 e poi rimbalza

Telecom Italia cade in Borsa, ma poi si rialza. È stata una giornata ad alta volatilità quella di ieri per il titolo telefonico a Piazza Affari, che in mattinata ha toccato il minimo dal 2013 a 61,5 centesimi. Ha infatti scavalcato, per poco, il precedente minimo registrato invece nel 2016. Poi è scattato però il rimbalzo, tanto che a metà giornata il titolo Telecom Italia è passato in territorio positivo e alla fine ha chiuso in rialzo a 0,6456 euro per azione. Il guadagno sulla chiusura precedente è stato dello 0,97 per cento. Il tutto in una giornata in cui l'indice Ftse Mib della Borsa italiana ha terminato in rialzo dello 0,65 per cento. Dunque Telecom alla fine è andata meglio dell'indice delle società a maggiore capitalizzazione quotate a Milano.

A guidare sull'ottovolante la società telefonica sono stati - secondo i trader - vari fattori. Gli analisti sottolineano che ad aprile e maggio il titolo era salito per ragioni speculative, ora però svanite. A pesare in mattinata è stato anche l'impatto che potrà avere su Telecom l'ingresso in Italia di Iliad, la società francese che sta aggredendo il mercato della telefonia mobile con offerte

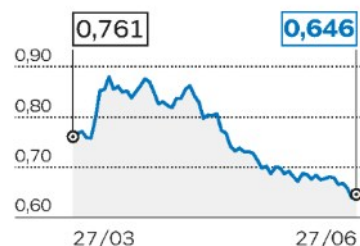
molto allettanti. Il gruppo d'oltralpe sta infatti approfittando

delle frequenze liberate in seguito alla fusione tra Wind e Tre, per proporre un modello commercialmente molto aggressivo già visto in Francia. Questo potrebbe pesare prima o poi sui conti di Telecom.

E qui viene un altro punto dolente: un trader sentito da Reuters ipotizza che la debolezza del titolo Telecom di ieri mattina possa anche essere riconducibile all'attesa per i risultati del trimestre, che saranno comunicati a fine luglio. Possibile che qualche tensione possa già manifestarsi ora, sebbene ci sia ancora un mese prima dei conti trimestrali. Ma a pesare sul titolo è anche il tema della governance, forse resa più problematica dall'ingresso nel capitale del fondo Elliott. E in questo contesto non ha certo giovato all'immagine della società il «j'accuse» fatto dall'amministratore delegato Amos Genish contro l'operato di alcuni consiglieri, poi ritirato al termine di un Cda con un evidente dietrofront. Tutto questo ha pesato ieri mattina. Poi, però, è scattato il rimbalzo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Andamento del titolo a Milano



Mediaset, ancora scontro con Vivendi No al voto dei francesi in assemblea

Pier Silvio Berlusconi: con loro parliamo attraverso gli avvocati. Il progetto paneuropeo

MILANO L'obiettivo è sempre lo stesso: creare un gruppo europeo per tentare di sfidare le grandi corporation Usa e i colossi tech Google, Amazon e Netflix. Ciò che cambia è l'ambizione di essere i protagonisti principali, gli alfieri del necessario (e auspicato) consolidamento tra broadcaster televisivi e produttori di contenuti. «Siamo molto interessati a fare qualcosa in Europa — dice Pier Silvio Berlusconi, amministratore delegato di Mediaset — un progetto del quale saremmo motore, locomotiva trainante». «È un dossier presente in tutti i piani strategici dei principali gruppi», aggiunge il presidente Fedele Confalonieri. Una possibile alleanza su scala europea — con le altre emittenti free che hanno un modello simile a quello del gruppo di Cologno Monzese — è un vecchio refrain. Che al momento è confinato ad accordi commerciali che

riguardano i diritti e la vendita degli spazi pubblicitari online, come la piattaforma EBX, una partnership di cui fanno parte Mediaset Italia, Mediaset Espana, ProSiebenSat.1 e TF1. Lo spartito era lo stesso quando Mediaset firmò l'accordo con Vivendi ad aprile 2016, che prevedeva uno scambio di partecipazioni e il conferimento della pay-tv Premium ai francesi. Quell'intesa — che immaginava la nascita di un colosso paneuropeo di contenuti e piattaforme distributive — naufragò solo pochi mesi dopo sulla valutazione difforme della tv a pagamento del Biscione da parte del gruppo presieduto ora da Yannick Bolloré (figlio di Vincent) oggetto ora di un contenzioso che si trascina in tribunale con una richiesta di risarcimento danni per 1,5 miliardi di euro.

Le dispute legali tra i due gruppi proseguono e non può essere altrimenti, visto che Vi-

vendi resta pur sempre un socio rilevante di Mediaset, con una quota del 9,6% detenuta direttamente. Ieri per l'assemblea degli azionisti del Biscione il consiglio di amministrazione ha deliberato di non consentire al delegato di Simon — il trust a cui sono intestate fiduciariamente le azioni di Vivendi pari al 19,9% del capitale di Mediaset per effetto della decisione dell'Agcom che ha imposto ai francesi di scendere sotto il 10% essendo azionista rilevante anche di Tim — l'accesso ai lavori opponendosi alla richiesta di esercitare i relativi diritti di voto. La decisione è stata assunta sulla base di pareri legali esaminati dal board, ritenendo che le azioni «sono state acquistate in violazione» degli impegni assunti da Vivendi nei confronti di Mediaset nel contratto di vendita di Premium.

Fabio Savelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Azionisti

Fedele Confalonieri (nella foto a sinistra) e Pier Silvio Berlusconi in occasione dell'assemblea degli azionisti di Mediaset a Cologno Monzese che si è tenuta ieri

