

Rassegna del 03/10/2019

Corriere della Sera	2 Che cosa cambia - Obbligo di tracciabilità per ottenere gli sgravi	<i>M.Sen.</i>	1
Sole 24 Ore	2 Pagamenti con carte, bonus in due fasce In campo l'Antitrust	<i>Serafini Laura</i>	2
Sole 24 Ore	19 I big dei pagamenti pronti a scaricare Libra	<i>Ri.Ba.</i>	3
Italia Oggi	31 Brevi - Gli italiani sono pronti a dire definitivamente addio a banconote e monete?	<i>...</i>	4
Italia Oggi	27 Intervista ad Antonello Soro - Soro (Garante privacy): rischi di profilazione massiva - Pagamenti elettronici schedati	<i>Bartelli Cristina</i>	5
Giornale	4 Un italiano su due preferisce i contanti	<i>De Francesco Gian_Maria</i>	7
Libero Quotidiano	5 La saggezza di De Luca «Chi combatte il contante è un idiota»	<i>Senaldi Pietro</i>	8
Repubblica	21 Più smartphone e meno televisori La corsa degli stranieri alla tecnologia	<i>De Luca Maria_Novella</i>	9
Avvenire	6 Anziani sempre più digitali Il 68% ha web e smart-tv - Anziani sempre più digitali	<i>Fulvi Fulvio</i>	11
Repubblica Scienze	12 Deepfake, quelli che truffano con le facce degli altri - Deepfake Quelli che ci mettono la faccia. Di un altro	<i>Rijtano Rosita</i>	13
Repubblica	21 Tim Cook torna a Firenze per spiegare i media agli studenti	<i>Bologni Maurizio</i>	16
Sole 24 Ore nòva.tech	31 Tik Tok a caccia di giovani e brand	<i>Tremolada Luca</i>	17
Sole 24 Ore	26 In breve - Incentivi Fabbrica intelligente parte il 12 novembre	<i>...</i>	19
Italia Oggi	18 Negli Usa sugli smart speaker va forte la radio - Smart speaker, radio batte Spotify	<i>Secchi Andrea</i>	20
Sole 24 Ore	16 Telepass, asta in bilico: Apax esce	<i>C.Fe.</i>	22
Italia Oggi	32 E-commerce Parte il sito per gli aiuti	<i>...</i>	23
MF Fashion	4 News - Shopping online, in Europa spiccano Off-white, Belinciaga e Adidas	<i>Bergeretti Ludovica</i>	24

La dichiarazione dei redditi

Obbligo di tracciabilità per ottenere gli sgravi

300

mila euro

la soglia annua di reddito

oltre la quale il governo vorrebbe arrivare ad azzerare le detrazioni fiscali

ROMA Così come è scritta sulla carta è una mezza rivoluzione, ma visto gli interessi che andrà a toccare bisognerà aspettare l'ultimo voto sulla legge di Bilancio per capire che aspetto avrà, alla fine, la riforma delle detrazioni fiscali.

La prima novità è l'arrivo delle detrazioni "certificate". Dalla dichiarazione dei redditi del 2021 tutte le detrazioni che saranno ammesse nella dichiarazione dei redditi dovranno riguardare spese fatte con sistemi tracciabili. Cioè carte di credito, bancomat, bonifici bancari e assegni non trasferibili, che probabilmente finiranno (forse non subito) nella dichiarazione precompilata. Non sarà più possibile, ai fini della detrazione, pagare per contanti o con un normale assegno bancario il conto della clinica o della visita specialistica. Tanto più che da gennaio verrà esteso a tutti gli esercizi e ai fornitori di servizi l'obbligo di emettere la fattura elettronica, ma ci saranno anche le sanzioni, oggi non previste, per chi non si dota di un terminale per i pagamenti elettronici (in cambio si profila un consistente taglio delle commissioni sul servizio).

L'altra novità, forse ancora più grande in prospettiva, è l'arrivo delle detrazioni in «conflitto di interesse» tra

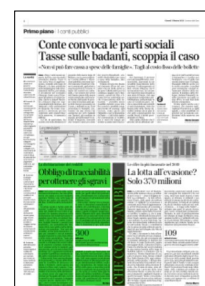
cliente e fornitore. Anche questa una misura in chiave anti evasione. I contribuenti potranno infatti detrarre dai redditi, al momento della dichiarazione, alcune spese che oggi non sono previste per l'acquisto di beni e servizi in settori in cui si sospetta la maggior evasione fiscale. Quelli dove il "tax gap", cioè lo scarto tra fatturato e Iva effettivamente versata, è più ampio. Come nei servizi di riparazione, ma anche per quelli offerti dai professionisti, considerando che la propensione all'evasione tra gli autonomi arriva a sfiorare il 70%.

Altra svolta "storica" che si prospetta sono le detrazioni commisurate al reddito dei contribuenti, principio che varrà anche per i ticket sanitari. Il piano è quello di ridurre progressivamente l'aliquota delle spese detraibili a partire da 100 mila euro lordi di reddito annuo, fino ad azzerarla del tutto per chi guadagna più di 300 mila euro l'anno. La misura dovrebbe riguardare tutte le detrazioni al 19%, dalle spese sanitarie a quelle per l'istruzione dei figli, ma forse non toccherà la detrazione degli interessi sul mutuo prima casa. Così come appare tecnicamente difficile ridurre le detrazioni sulle spese per ristrutturazioni edilizie, ecobonus e sismabonus, che variano dal 50 all'85% della spesa, se non altro perché queste si spalmano su un periodo lungo, che va da 5 a 10 anni. Tanto più che grazie alle ultime modifiche di legge, alcune di queste detrazioni sono state cedute dai contribuenti alle imprese che hanno effettuato i lavori.

M. Sen.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CHE COSA CAMBIA



COMMISSIONI SULLE TRANSAZIONI

Pagamenti con carte, bonus in due fasce In campo l'Antitrust

Un protocollo tra le banche per dimezzare i costi di operazioni fino a 25 euro

Laura Serafini

Due scaglioni di pagamenti sui quali intervenire per ridurre i costi legati alle transazioni. Agendo su due versanti diversi: le commissioni interbancarie e le condizioni applicate dalle singole banche agli esercenti commerciali. Il confronto tra Associazione bancaria e ministero dell'Economia sull'incentivazione dell'uso di bancomat e carte di credito riparte oggi dopo l'approvazione del Nadef. L'obiettivo è entrare nel vivo del percorso che porterà alla riduzione dei costi, per consumatori e commercianti, dei pagamenti tracciabili. Il primo passo sarà con tutta probabilità la questione dei profili antitrust: il livello massimo delle commissioni interbancarie è fissato da normative comunitarie, per cui un accordo tra le banche italiane che preveda soglie diverse potrebbe apparire come un cartello. Abi e tecnici del Mef dovranno dunque coinvolgere l'Autorità antitrust nazionale: questa dovrebbe essere chiamata a dare un parere preventivo sulla proposta che dovrebbe avanzare già oggi il governo. Il quadro che emerge prevede che le misure non siano adottate attraverso un atto pubblico - che sarebbe improprio - ma che confluiscono in un protocollo che sottoscriveranno su base volontaria le banche aderenti. I fronti sui quali agire, come detto, sono due. Ci sono le commissioni interbancarie, le cui soglie massime sono stabilite dalle norme: si tratta dello 0,2% per le transazioni con i bancomat e 0,3% per quelle con carte di credito. Gli incentivi vanno concentrati sui micropagamenti e le fasce sulle quali si lavora sono quelle sulle quali si basa la convenzione del circuito bancomat: per i pagamenti fino a 5 euro oggi si paga per il bancomat lo 0,1 per cento. Per

queste transazioni si punta ad azzerare i costi e questa parte non dovrebbe sollevare particolari obiezioni da parte dell'Antitrust. Poi c'è la seconda fascia, per i pagamenti tra 5 e 24,49 euro: in questo caso non sarà possibile indicare una soglia precisa di riduzione, ma il protocollo dovrà fare riferimento a un range entro il quale le banche si impegnano a contenere i costi. Certo, considerate le soglie attuali, se si immaginasse che l'effetto finale dell'accordo possa determinare un loro dimezzamento probabilmente non si andrebbe troppo lontano dalla realtà.

Ci sono poi le commissioni applicate dagli istituti di credito agli esercenti: in questo caso non esistono limiti fissati dalle norme e in verità anche l'Abi non ha visibilità sul livello delle commissioni. Alcuni dati diffusi da Euromonitor Mastercard evidenziano come la media di queste commissioni in Italia si attesti all'1,1 per cento (sembrano riferite comunque a un solo circuito). Anche in questo caso sarà necessario approfondire come può essere articolato lo sconto, in modo tale da essere sottoscritto e applicato dalle banche senza incorrere in profili antitrust.

La proposta che emergerà dal tavolo dovrà probabilmente essere condivisa anche con l'Antitrust europeo: anche gli stranieri che si trovano in Italia e utilizzano carte che si appoggiano ai circuiti europei che aderiranno al protocollo (come Mastercard e Visa), infatti, avranno lo stesso trattamento degli utenti italiani. Il processo, dunque, non si preannuncia rapido, ma in ogni caso una volta che sarà stabilita la compatibilità della proposta con tutte le norme e le regole antitrust la strada potrebbe essere in discesa. Altro discorso, invece, è la vicenda della carta unica anti-evasione nella quale il governo vorrebbe far convergere carta d'identità, identità digitale, codice fiscale e quant'altro e poi anche i pagamenti e che dovrebbe essere affidata a Poste Italiane. Questo tema non sarebbe stato

mai affrontato al tavolo con il Mef. In ogni caso il vaglio dell'Antitrust per una simile procedura sarebbe inevitabile: certo non sarebbe visto di buon occhio l'affidamento diretto senza passare da una gara. E ancora: anche se fosse assegnata a Poste con una competizione, ci sarebbe il problema di una carta "pubblica" gestita dalla società dei recapiti e quindi a condizione di favore per chi ne usufruisce, visto che i costi sarebbero a carico del contribuente. Ma questo creerebbe una forte asimmetria di mercato rispetto alle altre carte di pagamento. Mentre il cumulo promiscuo di servizi pubblici (identità, codice fiscale) con servizi di mercato come i pagamenti viola le norme europee e la direttiva Psd2.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LO STATO DELL'ARTE

0,2-0,3%

Commissioni interbancarie

Le soglie massime sui pagamenti tracciabili sono stabilite dalle norme: 0,2% per le transazioni con i bancomat e 0,3% per quelle con carte di credito

1,1%

Commissioni per gli esercenti

In questo caso non esistono limiti fissati dalle norme. Alcuni dati diffusi da Euromonitor Mastercard evidenziano come la media di queste commissioni in Italia si attesti all'1,1% (sembrano riferite comunque a un solo circuito)



LA VALUTA DIGITALE DI FACEBOOK

I big dei pagamenti pronti a scaricare Libra

Facebook è tra le azioni che ieri hanno guidato il forte calo dei titoli tech a Wall Street. Non solo per i timori della crisi o dell'impeachment. Ma per le indiscrezioni su Libra, il progetto di moneta digitale del social network più diffuso al mondo, che rischia di perdere pezzi per strada già prima di nascere.

Visa, Mastercard, PayPal e Stripe, quattro delle società finanziarie che hanno firmato la lettera di intenti che ha dato vita al progetto, sarebbero indecise sul da farsi e stanno valutando se aderire all'atto formale di fondazione dell'associazione chiamata a gestire la moneta digitale.

Le quattro società finanziarie vogliono mantenere relazioni positive con le autorità regolatrici che hanno espresso riserve sul progetto. La frenata sarebbe maturata dopo che il Dipartimento al Tesoro ha inviato una lettera ai quattro big dei pagamenti elettronici per chiedere informazioni sui programmi di lotta al riciclaggio e su come pensano di integrare Libra nei rispettivi circuiti. Alcuni ministri delle finanze europei inoltre hanno espresso riserve sul progetto Libra

con la minaccia di vietarla nei rispettivi paesi. La responsabile dell'Antitrust Ue Margrethe Vestager in via preliminare ha messo sotto esame il progetto Libra per il rischio che «possa portare alla creazione di una economia separata».

Il 14 di ottobre a Ginevra, città scelta come sede dell'associazione non profit, verrà chiesto ai 28 membri fondatori di Libra di confermare il loro impegno nel progetto della moneta digitale targata Mark Zuckerberg. Un passaggio che comporterà il pagamento di un contributo associativo di 10 milioni di dollari. Per facilitare le adesioni ci sarebbe la disponibilità a concedere più tempo per il pagamento dei 10 milioni, che non sarebbe dunque più immediato. Una politica dei piccoli passi per superare le molte riserve, le indecisioni e le possibili defezioni.

Un portavoce di Stripe ha fatto sapere che «niente è cambiato nel nostro coinvolgimento a Libra». Non hanno voluto rilasciare commenti sulle indiscrezioni Facebook, Visa, Mastercard, PayPal e l'associazione Libra.

—**Ri.Ba.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



BREVI

Gli italiani sono pronti a dire definitivamente addio a banconote e monete? La risposta è no, almeno per un italiano su due (50,1%), vale a dire 22,4 milioni di cittadini. È questo uno dei dati emersi dell'indagine commissionata da Facile.it e realizzata da mUp Research su un campione rappresentativo della popolazione nazionale adulta.

—© Riproduzione riservata—■



FISCO E BANCOMAT

Soro (Garante privacy): rischi di profilazione massiva

Bartelli a pag. 27

Il Garante privacy avverte sul pericolo per i contribuenti dell'uso fiscale dei Pos

Pagamenti elettronici schedati

Soro: c'è il rischio di profilazione massiva dei consumi

DI CRISTINA BARTELLI

Per i pagamenti tracciati c'è il rischio di una schedatura a tutto campo dei consumi. Nella scrittura delle norme va posta attenzione alla qualità del dato per l'identikit del rischio evasione. C'è poi da compiere da parte della pubblica amministrazione un cambio di passo nella gestione del rischio informatico dei dati per evitare nuovi accessi alle banche dati fiscali come accadde per lo spesometro, quando milioni di informazioni sensibili furono in balia di tutti. **Antonello Soro**, presidente dell'Autorità garante per la protezione dei dati personali, spiega a *ItaliaOggi* quali sono le garanzie da porre in essere per i contribuenti e a chi accusa che troppa privacy limita la lotta all'evasione ribatte: «I paletti posti dal Garante attengono essenzialmente a misure di sicurezza per impedire accessi abusivi e accorgimenti per assicurare qualità ed esattezza dei dati, rendendo così affidabili i criteri sulla cui base stilare il profilo di rischio di evasione».

Domanda. Il problema della lotta all'evasione fiscale, del perché non si fa e non dà risultati sperati, è il Garante privacy... o ho capito male?

Risposta. Il Garante non solo non ha mai ostacolato, ma anzi ha sempre supportato le misure volte a rafforzare l'efficacia dell'azione di contrasto dell'evasione fiscale, nella ricerca del miglior equilibrio tra la funzionalità delle verifiche e il diritto alla protezione dei dati personali. Le misure prescritte dall'Autorità hanno contribuito a migliorare l'incisività dell'azione di contrasto dell'evasione, minimizzando il rischio di attacchi informatici

al prezioso patrimonio informativo dell'Agenzia delle entrate e garantendo la buona riuscita degli accertamenti attraverso l'esattezza dei dati (e quindi l'affidabilità della profilazione) sui quali essi si basano.

D. Quali paletti pone il Garante, facendo storcere periodicamente il naso all'Agenzia delle entrate?

R. I paletti posti dal Garante attengono essenzialmente a misure di sicurezza per impedire accessi abusivi e accorgimenti per assicurare qualità ed esattezza dei dati, così rendendo affidabili i criteri sulla cui base stilare il profilo di rischio di evasione e fondando gli accertamenti su solidi presupposti. Queste misure non sono mai state contestate dall'Agenzia, con cui invece intercorre un consolidato rapporto di leale collaborazione. Chi strumentalizza le posizioni del Garante, semmai, sono altri.

D. Come è finita la storia dello spesometro, il primo grossissimo data breach della p.a.?

R. In quel caso specifico (verificatosi durante la vigenza del Codice che, sul punto, adottava un regime ben diverso da quello del Gdpr), Sogei ha adottato gli accorgimenti necessari a minimizzare il rischio di future, ulteriori violazioni di dati personali. Tuttavia, come dopo l'incidente abbiamo sottolineato in una nota al presidente del consiglio dei ministri, è necessario un cambiamento in primo luogo culturale nell'approccio al tema della gestione del rischio informatico e della protezione dei dati personali.

D. In uno degli ultimi provvedimenti sull'algoritmo per l'individuazione di profili di contribuenti a rischio evasione,

l'Agenzia delle entrate si era impegnata a inviarmi i risultati delle sperimentazioni. Che risultati vi ha trasmesso?

R. Con il provvedimento del 20 luglio 2017, il Garante ha valutato favorevolmente la procedura di selezione dei contribuenti in base al profilo di rischio fiscale individuato, proposta dall'Agenzia delle entrate in via sperimentale proprio per testarne,

in relazione a un ristretto campione, l'efficacia e l'adeguatezza dei criteri di calcolo utilizzati, da estendere in fase successiva in caso di esito positivo sulla base dei risultati dell'accertamento. Nel caso di specie, il Garante ha ritenuto idonee le misure assicurate dall'Agenzia in relazione a questo tipo di verifica fiscale, prescrivendo soltanto la trasmissione delle risultanze della sperimentazione (che a noi risulta essere ancora in corso), in vista degli ulteriori utilizzi del modello di analisi ipotizzato.

D. Quali rischi ci sono sulla novità della Nadef sulla tracciabilità dei pagamenti?

R. In linea generale, vanno garantiti: la confidenzialità dei flussi informativi così attivati e la sicurezza dei canali a tal fine



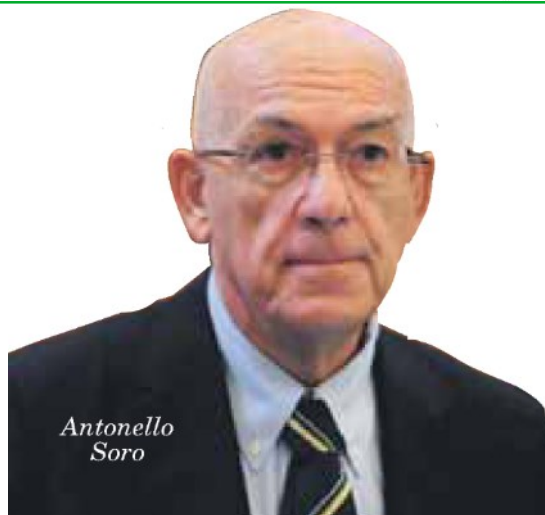
utilizzati; la proporzionalità dei trattamenti dei dati personali raccolti e gestiti (che non deve peraltro eccedere le capacità di calcolo dei sistemi informativi di cui dispone l'Agenzia, pena la collazione massiva di un coacervo di informazioni del tutto inutili), anche per impedire una profilazione massiva dei consumi, considerando che nella complessa filiera della gestione dei dati sono compresi, oltre all'amministrazione finanziaria, anche singoli operatori economici;

l'esattezza e qualità dei dati utilizzati al fine di stilare il profilo di rischio di evasione individuale, indispensabili per fornire agli algoritmi parametri affidabili e idonei a individuare i soggetti su cui sia più utile concentrare i controlli.

D. Il primo parere sul provvedimento sull'anagrafe dei rapporti è del 2012, il Garante chiedeva maggiori garanzie. Il secondo via libera è arrivato solo nel 2017. Come mai tutto questo tempo?

R. Il tempo intercorso tra i vari pareri resi dal Garante sui provvedimenti dell'Agenzia non è stato certo il frutto di inutili dilazioni o ritardi nella conduzione delle pur complesse istruttorie che simili valutazioni richiedono. Il primo provvedimento ha riguardato le misure che l'Agenzia doveva porre in essere per mettere in sicurezza i dati relativi ai saldi dei circa 600 milioni di rapporti finanziari che si sarebbero andati a raccogliere sistematicamente, per impedire il rischio di accessi indebiti a un patrimonio informativo così prezioso. I tempi del successivo sfruttamento di tali dati sono stati dettati esclusivamente dall'Agenzia delle entrate e Sogei le quali hanno dovuto in quel periodo adottare gli accorgimenti necessari per verificare le informazioni ricevute, rendendole fruibili e raffrontabili con le altre banche dati.

—© Riproduzione riservata— ■



Antonello
Soro

«BONUS BEFANA» RISPEDITO AL MITTENTE

Un italiano su due preferisce i contanti

Facile.it: «Il 50,1% degli adulti non vuole pagare con le carte elettroniche»

CONTROCORRENTE

Adesso anche il gruppo americano Uber Eats accetta i pagamenti cash

Gian Maria De Francesco

■ Altro che «bonus Befana» per incentivare i pagamenti elettronici, gli italiani non sono pronti ad abbandonare l'uso del contante. Tant'è che anche un colosso del web come Uber lo accetterà per il suo servizio italiano di consegne a domicilio. Un'indagine realizzata dal comparatore Facile.it, in collaborazione con mUp Research, ha evidenziato che il 50,1% degli intervistati, cioè un italiano adulto su due in media (22,4 milioni di persone), non si sente pronto ad abbandonare il contante. Meno propense al cambiamento sono le donne: tra loro il 58,4% si è dichiarata impreparata a rinunciare del tutto al denaro fisico, contro il 41,4% registrato nel campione maschile. Dal punto di vista anagrafico, invece, sono i più giovani ad essere proiettati alla transizione verso la moneta elettronica in quanto nella fascia 18-24 anni il 62% ha risposto affermativamente al quesito.

Abbandonare il contante sembra ancor più difficile se si considera anche il dato geografico. A dispetto dei luoghi comuni sono le aree più ricche ed «evolute» del Paese ad essere affezionate alle banconote. Nel Nord-Est (52,4%) e nel Nord-Ovest (51%) la maggioranza degli interpellati ha dichiarato di non essere pronta, a fronte del 49% registrato nel Sud e nel Centro Italia.

L'indagine ha anche approfondito le motivazioni alla base di questa manifesta ritrosia. La prima causa (36%) è la maggiore comodità nei pagamenti rispetto ai mezzi elettronici, mentre il 18% ha indicato l'abitudine come disincentivo

all'uso delle carte. Solo l'11,1% ha dichiarato di voler mantenere il pieno controllo delle proprie uscite, ritenuto più difficile con le carte, mentre il 10,2% dei rispondenti ha ammesso di aver paura che lo Stato possa tracciare tutte le spese. L'inchiesta ha cercato infine di capire quali siano gli strumenti che potrebbero far cambiare idea a coloro che sono ancora reticenti ad abbandonare la moneta fisica. La leva ritenuta più efficace (58,5%) è quella degli sconti per le transazioni effettuate con carte elettroniche. Una misura apprezzata, in particolare, dalle donne (60,1%) e dai più giovani (72% nella fascia 18-24 anni). Consensi minori (47,2%), invece, sono stati raccolti da un altro strumento tra quelli ipotizzati in un primo momento dal governo: gli sgravi fiscali in dichiarazione dei redditi. La lotta all'evasione fiscale è un tema che scalda i cuori di meno di un italiano su tre (32%).

L'indagine conferma, quindi, la scelta annunciata ieri da Uber Eats di consentire tramite le proprie App di selezionare anche il pagamento in contanti per la consegna di pasti a domicilio. Da ieri in quattro città italiane (Genova, Palermo, Catania e Bari) tra quelle in cui l'azienda opera sarà selezionabile questa opzione, esclusivamente per i ristoranti che hanno i propri corrieri. La filiale italiana del gigante Usa ha intenzione di estendere questa possibilità a tutto il territorio nazionale, proprio per venire incontro alle abitudini di pagamento degli italiani. I ristoratori, secondo Uber Eats, avranno così la possibilità di effettuare più consegne e incrementare i loro profitti. Solo il governo giallorosso sembra non averlo ancora capito.

32%
Solo il 32% degli italiani ritiene la lotta all'evasione una ragione sufficiente per pagare con le carte



La saggezza di De Luca

«Chi combatte il contante è un idiota»

PIETRO SENALDI → a pagina 5

La saggezza di De Luca

«Chi combatte il contante è idiota»

Il governatore è del Pd eppure è di buon senso. Per questo difende chi usa le banconote

PIETRO SENALDI

■ Se non fosse il governatore campano, De Luca non sarebbe del Pd, né tantomeno sosterrrebbe questo governo. Ogni volta che apre bocca infatti rilascia perle di saggezza e demolisce un luogo comune della sinistra. I grillini sono il suo bersaglio preferito. Defini la Raggi una «bambolina imbambolata», i navigatori degli imbecilli e il reddito di cittadinanza una misura che favorisce il nero e il gioco d'azzardo. Anche sui progressisti non scherza. Disse in tempi non sospetti che il partito aveva «abbandonato il Sud e se non varava un piano sul lavoro poteva chiudere i battenti». Poi aggiunse che era un suicidio attaccare Minniti sull'immigrazione ed era «intollerabile che i Dem non parlassero di sicurezza». Per molti versi sembra un governatore leghista. Se i progressisti ne avessero ascoltato i consigli, o lo avessero eletto segretario al posto di Zingaretti, non avrebbero dimezzato i consensi e non si ritroverebbero a fare da ruota di scorta a Renzi e Conte.

La riprova si è avuta ieri, quando il governatore della Campania ha strizzato l'occhio agli associati di Confcommercio definendo «un'idiozia, che crea un clima da persecuzione fiscale e parte dal presupposto che gli italiani sono tutti ladri» la campagna imbastita dal governo contro il contante. L'insolito esponente del Pd fa un discorso logico: fare la guerra a chi spende in denaro sonante ammazza i consumi e, avanti di questo passo, Conte finirà come Monti, che decise di tassare le barche, affondò la nautica e finì spiaggiato

e con le tasche vuote. La platea si è spellata le mani, e così noi di *Libero*.

CROCIATE INCONCLUDENTI

Beninteso, noi non abbiamo nulla contro l'uso delle carte di credito, solo non ci piacciono le crociate né chi vuole dirci come spendere i nostri soldi. Ancora meno gradiamo di dover pagare più tasse se preferiamo le banconote al bancomat. L'evasione in Italia è ingente e va combattuta, ma non per questo il governo può partire dal presupposto che ogni contribuente frodi il fisco e pertanto le sue spese vadano tracciate perché lo Stato deve sapere tutto di noi. Il punto di partenza corretto è un altro: l'Italia ha una tassazione tra le più elevate al mondo, forse la più pesante se rapportata ai servizi offerti in cambio, quindi il contribuente ha diritto di fare quel che vuole del denaro che il fisco gli lascia, senza doverne rendere conto.

Nessuno può essere obbligato a dire quanto, come e dove spende i propri quattrini onestamente guadagnati. La carta di credito è un servizio, al massimo una comodità, non può diventare un obbligo né un privilegio tributario. Non è una questione di progresso o di essere antiquati, come sostiene chi porta avanti la campagna mediatica di criminalizzazione del contante, la lotta alle banconote è un attentato alla libertà, degno del governo rossogiallo che la alimenta. La prova è il meccanismo di premialità previsto per chi usa le carte: un rimborso del 3% sull'Iva, da incassare a fine anno. Ma con l'imposta sul valore aggiunto al 22%, conviene comunque non pagare: la misura è finalizzata a controllare le spese di tutti, non a scoraggiare l'evasione. Con la sostituzione della Lega con il Pd, l'obietti-

vo dell'esecutivo è passato dalla pace fiscale alla persecuzione tributaria.

Il grimaldello con il quale si vuole condizionare le coscienze e delegittimare l'uso del contante è la lotta all'evasione: meno banconote, meno nero, è l'equazione di M5S e Pd. Torna a proposito in soccorso la saggezza di De Luca: «In Germania non c'è alcun vincolo alle banconote», che circolano più che da noi, eppure le frodi fiscali sono meno, ricorda il governatore.

SE PAGARE CONVENISSE

L'unica misura che può sortire qualche effetto reale sarebbe far diventare conveniente pagare le tasse, attivando il conflitto d'interessi tra chi paga e chi viene pagato. Questo significa rendere detraibili le spese, dal parrucchiere all'hotel, dall'idraulico alle ripetizioni. La cedolare secca sugli affitti delle case, che riducendo le tasse ai proprietari ha fatto emergere il nero e ha aumentato il gettito, è un altro esempio vincente da estendere. Ma il governo ha imboccato la via opposta sia rispetto al taglio delle imposte sia all'aumento delle detrazioni. Si parla infatti di ridurre quelle per le spese sanitarie e per le ristrutturazioni degli immobili: provvedimenti che sarebbero un incentivo al nero e che, se passeranno, porteranno a una diminuzione del gettito fiscale anziché allo sperato incremento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Più smartphone e meno televisori

La corsa degli stranieri alla tecnologia

Il rapporto sui device
nelle case: viviamo
circondati da schermi,
e i cellulari sorpassano
gli apparecchi tv
I nuovi italiani sempre
più connessi

**Immigrati integrati
sulla comunicazione
Restano le differenze
sui beni secondari**

di **Maria Novella De Luca**

ROMA – L'integrazione è quasi compiuta, parla la lingua di Internet e corre a passi da gigante. C'è un fronte nel quale tra italiani e stranieri le barriere sono cadute o stanno cadendo: la tecnologia, il digitale, la comunicazione. Un esempio? I cellulari. Sono presenti nel 100 per cento delle famiglie immigrate e nel 95,9 per cento di quelle made in Italy. Praticamente uguali. Il collegamento Internet? Lo posseggono il 97,8 per cento dei nuclei stranieri, superando, anche qui, gli italiani, connessi all'83,4 per cento.

Perché per chi arriva da lontano la funzione primaria è comunicare, restare in contatto, spezzare via skype la nostalgia. Il resto (tranne il forno a microonde) può attendere tempi e stipendi migliori.

Riesce a raccontare un pezzo d'Italia, noi e noi e gli altri, il nuovo rapporto Auditel-Censis che indaga su quanto siamo connessi, sulla nuova generazione digitale degli over sessantacinquenni, sulla corsa dei nuovi italiani a cablare le proprie case e le proprie abitudini. Analizzando un campione di novemila famiglie, la ricerca Auditel-Censis ha mappato le nostre dotazioni tecnologiche seguendo la morfologia di una popolazione che cambia. Nuclei sempre più piccoli, con un figlio a testa (super, iper accessorizzato e connesso), un esercito di anziani attivi e un milione e quattrocentomila famiglie

composte di soli stranieri.

Quanti schermi abbiamo in casa? Quanti Pc, tablet, smartphone, smart tv e consolle? Nel 2018 gli schermi che ci circondano, declinati nei diversi device, erano 112 milioni, in crescita dello 0,5 per cento rispetto al 2017. Come dire, cioè, che in un anno gli schermi nelle case sono diventati 600.000 in più e che ogni famiglia ha 4,6 device a disposizione. Con due particolarità: gli smartphone erano 43 milioni 600 mila nel 2018, superando per la prima volta gli apparecchi televisivi che erano 42 milioni e 300 mila. E le smart tv, oggi 6 milioni e 500 mila, sono cresciute del 20,6 per cento, rispetto al 2017. In pratica andiamo verso la *total audience*: vedo quello che voglio, quando voglio, potendo moltiplicare gli schermi in cui lo vedo. Questo è il senso, anche un po' straniante del mondo un cui viviamo: siamo circondati da schermi.

E se è quasi naturale che là dove ci sono figli minori le dotazioni tecnologiche siano addirittura sovrabbondanti, mentre gli anziani digitalizzano la loro terza età scoprendo la bellezza di essere connessi, è entrando nelle case degli stranieri che si scopre un paese che cambia. I dati sono illuminanti: per gli stranieri la tecnologia è comunicazione. Dunque reti mobili, ma anche antenne satellitari che italiani e immigrati posseggono in misura eguale.

La differenza vera è sui beni non fondamentali. L'aria condizionata: è presente nel 33,2 per cento delle case italiane e soltanto nel 13 per cento di quelle degli immigrati. La lavastoviglie: la utilizzano il 47,5 per cento delle nostre famiglie contro il 19,8 per cento di chi arriva da lontano. (Un ritardo che ha un significato antropologico. La lavastoviglie è storicamente il simbolo della liberazione femminile dalla schiavitù del lavare i piatti). Pochissimi gli immigrati che posseggono macchine fotografiche digitali o vasche a idromassaggio, ma il 47,3 per cento ha un Pc o un tablet. Parità assoluta, invece, ed è una curiosità, per quanto riguarda il forno a microonde: lo trovate nel 51 per cento delle cucine degli stranieri e nel 51 per cento delle cucine degli italiani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I punti

La composizione dei nuclei familiari

● Età del capofamiglia

Nel 30,7% dei casi il capofamiglia straniero ha meno di 35 anni, contro il 6,7% di capofamiglia under 35enni tra gli italiani

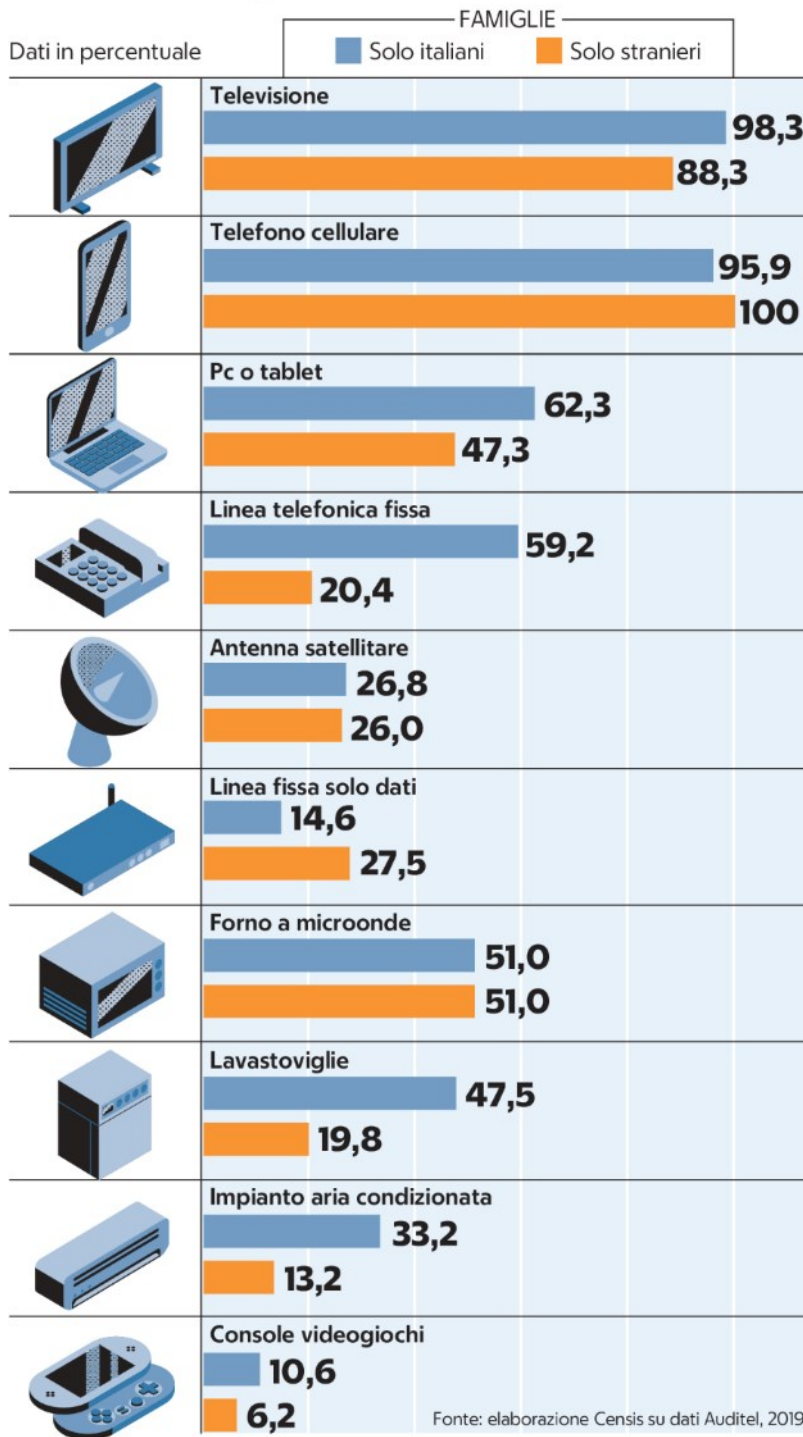
● I minori

Nel 43,4% delle famiglie straniere è presente almeno un minore, a fronte di una media che, per le famiglie di soli italiani, è del 25,2%

● I lavoratori

L'82,8% dei nuclei familiari di soli stranieri ha almeno un componente che lavora (la media per i nuclei di cittadini italiani è del 60,3%)

Media e tecnologie nelle case in Italia



RAPPORTO AUDITEL-CENSIS

Anziani sempre più digitali Il 68% ha web e smart-tv

Fulvi

a pagina 6

Anziani sempre più digitali

*Il 68% degli ultrasessantacinquenni ha almeno un apparecchio collegato a internet
Cresce anche il numero di televisori, computer e smartphone posseduti dai più longevi*

LA TENDENZA

La ricerca “Over 65 in marcia verso la modernità” e presentata oggi alla Camera: per sentirsi vivi e vincere la solitudine, si affidano alla tecnologia. E ai nipoti che insegnano loro come si usa

Il rapporto Auditel

FULVIO FULVI

Anziani sì, ma moderni e tecnologicamente avanzati. La maggior parte degli “over 65” usa infatti il telecomando – ma anche il mouse e gli altri device – con continuità e competenza, molto spesso grazie ai consigli pratici forniti dai nipoti, “nativi digitali”, che insegnano loro come si scaricano dalle piattaforme televisive o dal web programmi, film, brani musicali o partite di calcio. Gente che appartiene alla terza o quarta età ma che in casa ha almeno un televisore (spesso di ultima generazione), il computer, un tablet e lo smartphone per restare connessi anche quando si va a passeggio o a fare la spesa. Perché vogliono sapere cosa succede nel mondo e non si arrendono di fronte alla complessità del progresso tecnologico. Un’indagine Auditel-Censis (che sarà presentata oggi alla Camera e che “Avvenire” ha

avuto in anteprima) nella quale è stato chiesto alle famiglie italiane in cui vivono i longevi (9mila quelle prese a campione) quante e quali sono le dotazioni che usano e le fruizioni televisive che preferiscono. Ne esce un quadro positivo, se si tiene conto del fatto che informazione e comunicazione rappresentano anche un rimedio (ma non certo la vera soluzione) alla solitudine, all’isolamento e alla mancanza di relazioni, condizioni di vita quotidiana che possono favorire depressione ed emarginazione sociale.

Insomma, in Italia si vive la longevità perlopiù in modo attivo, con un’alta percentuale di nonni e persone sole che desiderano anche imparare a rapportarsi con gli altri usando le possibilità offerte dalla Rete. In base al 2° Rapporto Auditel 2018, realizzato in collaborazione col Censis, le famiglie composte soltanto da ultrasessantacinquenni nel nostro Paese sono quasi sei milioni e rappresentano il 24% del totale. Un segmento importante e in continua crescita. E sono tre milioni e 169mila gli anziani che vivono da soli. Di questi, l’87,6% si colloca in una fascia di reddito bassa o medio bassa mentre appena l’0,50% appartiene a quella più agiata. I longevi poveri sono soprattutto donne in età avanzata che vivono di pensioni modeste.

Lo scatto decisivo verso l’innovazione tecnologica, dunque, si registra nel vasto ambito demografico di chi può permettersi, anche economicamente, di... cliccare e navigare. Ciò che emerge ancora dal Rapporto Auditel è che nei nuclei fami-

liari composti da almeno due persone con oltre 65 anni gli apparecchi televisivi sono di più rispetto a quelli della media delle famiglie italiane: in ogni abitazione ce ne sono cioè 1,9 rispetto all’1,7 della media nazionale. E, ancora. Mentre in Italia nel 2018 il numero di televisori è diminuito di 467.573 unità, nelle famiglie con anziani è aumentato di 358.781. «Segno di un consumo di contenuti televisivi che cresce – sottolinea il presidente di Auditel, Andrea Imperiali – e non si esaurisce nella fruizione passiva di tipo tradizionale». Gli schermi televisivi, infatti, vengono sfruttati al pieno delle loro potenzialità tecniche, cioè anche come monitor per la connessione a internet e la richiesta di programmi on demand: l’11,4% delle famiglie con almeno due “over 65” dispone di una smart tv o di dispositivi esterni collegati al web (con un aumento dell’1,3% nell’ultimo anno). Il 18,5% ha in casa un computer fisso (in totale gli schermi sono 500mila) e il 15,1% possiede un tablet (un +3,0%, nonostante un calo generale del 2,1% nell’uso di questo strumento tecnologico). Infine, sono aumentati di quasi il 5% in un solo anno i nuclei pluripersonali di “over 65” che hanno disposizione un “pc” portatile: il 28,6% del totale, 900mila pezzi. Il collegamento a internet ce l’ha, ormai,



il 68% degli anziani. E sono quasi sempre i più giovani a spingere nonni, zii o genitori *à-gé*, all'innovazione e alle sfide della globalizzazione. Ma c'è una fascia di popolazione meno connessa: è costituita da quelli che vivono soli. Le loro case sono piene di televisori: il 98,7% ne ha almeno una, il 41,5% più di una. E il cellulare? Il 78,9% dei longevi soli ne possiede uno. Ma il 69,1% mantiene una linea telefonica fissa (la media nazionale è 56,8%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Gli "Over 65" i televisori e il digitale Ecco le cifre

13,8

I milioni di cittadini che nel 2018 hanno superato i 65 anni di età. È il 22,8% della popolazione italiana. Secondo le stime, nel 2045 saranno il 33,5%

6 milioni

Le famiglie italiane composte soltanto da "over 65", soprattutto coppie. Rappresentano il 24,6% del totale. Un dato in continua, inesorabile crescita

3,2 milioni

Gli anziani che vivono soli in casa. L'87,6% di loro si colloca su un livello economico basso o medio basso. Lo 0,5% appartiene a una fascia alta

5 milioni

Il numero totale di televisori nelle abitazioni dove vivono almeno due anziani. La media è di 1,9 apparecchi ogni casa (dati Auditel-Censis)

2,5

I milioni di cellulari o smartphone in possesso degli "over 65" soli. Ce l'ha il 78,9% della categoria contro il 96,2% del totale nazionale

1,9 milioni

Il numero di pc fissi (18,5%), portatili (28,6%), tablet (15,1%) e altri dispositivi (37,8%) presenti nelle famiglie con due o più anziani

LA "GIORNATA"

I nonni? Sono 12 milioni e sempre più attivi, in famiglia e a casa

Sono più di 12 milioni (dati Ipsos). E attivissimi. Una risorsa, perché il 61% di loro accudisce i nipoti, aiuta nella gestione della casa e risolve le divergenze familiari. Fare i nonni (ieri era la loro "Giornata") è un "lavoro" che, se fosse retribuito, avrebbe un valore – secondo una stima ProntoPro – di oltre 2mila euro al mese. E sono decisivi nelle vite di circa sette milioni di famiglie italiane: non solo i nonni pagano i conti dei figli che non ce la fanno a far quadrare il bilancio familiare ma l'80% di loro si occupa dei nipoti fino a quando compiono i 13 anni. Ma come fanno questi "over 65" ad essere così attivi? Ci riescono soprattutto grazie a uno stile di vita migliore rispetto a quello delle generazioni che li hanno preceduti: sono persone autonome, che praticano perlopiù un'alimentazione corretta e le necessarie attività fisiche e posseggono uno stato di salute

buona (anzi, secondo una ricerca Doxa, il 19% di chi ha superato i 60 anni dichiara di avere «un ottimo stato di salute»). La giornata tipo del nonno italiano (perché in Francia, per esempio, è soltanto il 27% a svolgere in modo attivo e costante questo ruolo, una quota non distante, questa, dalla media europea) inizia con un passaggio in auto a scuola ai nipoti, un servizio da «autista provato» stimabile in 18 euro l'ora. Poi ci sono le incombenze domestiche nella casa dei figli, sturare, riordinare le camere, cambiare una lampadina... Il lavoro di una *vcolf* che può costare, sempre secondo ProntoPro, fino a 15 euro l'ora. Ci sono poi le mansioni di "tuttofare" in casa, che vanno dall'idraulico all'elettricista, per un costo medio di 25 euro per mezz'ora di servizio. Molti nonni (e nonne), inoltre, si occupano di cucinare un pasto per i nipoti che rientrano da scuola (uno chef costa 55 euro circa). Nel

pomeriggio c'è chi aiuta i bambini a svolgere i compiti, chi organizza feste di compleanno o momenti di svago per i nipoti e gli amichetti. E non manca l'anziano che, mettendo a frutto la sua esperienza umana (che si traduce in saggezza), si trasforma in consulente psicologico per i problemi che i più piccoli di casa possono avere con i compagni di classe o i genitori. Insomma, alla fine, calcolando tutto, ProntoPro (un sito che mette in contatto domanda e offerta di lavoro professionale a artigianale) sostiene che il lavoro di un nonno potrebbe comportare un salario di circa 2.250 euro al mese. Ma è solo di un modo per mettere in evidenza quanto sia preziosa la presenza di un anziano in casa. Sempre gratuita, di fatto, perché basata sull'affetto per i familiari e sulla voglia di sentirsi ancora utili. Basta quello per essere nonni. **(E.Ful.)**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Nipoti da accudire, faccende domestiche, divergenze da appianare: un lavoro che, se fosse retribuito, potrebbe valere 2.250 euro al mese

Tecnologia: i manipolatori informaticiDeepfake, quelli che truffano
con le facce degli altri • a pagina 12

di Rosita Rijtano

I MANIPOLATORI INFORMATICI

Deepfake

Quelli che ci mettono la faccia. Di un altro

La clip di “Striscia” con il finto Renzi è l’ultimo episodio di una nuova tendenza: video, audio e immagini truccati con l’intelligenza artificiale

di Rosita Rijtano

Matteo Renzi che fa il gesto dell’ombrello a Conte e Di Maio. È successo in una clip mandata in onda dal programma

tv “Striscia la Notizia”, scatenando le polemiche dei telespettatori. Peccato che il filmato non fosse autentico, ma modificato usando l’intelligenza artificiale in modo da sostituire il volto di un imitatore con quello del leader politico di Italia Viva. Il risultato finale non era privo di pecche, ma ciò non ha evitato ai distratti di essere ingannati, mostrando le potenzialità della tecno-

logia. In gergo sono stati chiamati **deepfake** e in pratica si tratta di video, immagini, e audio taroccati sfruttando algoritmi di apprendimento automatico. Strumenti che sono in grado di metterci in bocca parole mai dette, di sovrapporre i nostri sgraziati movimenti a quelli di un ballerino, o di renderci inconsapevoli protagonisti di un film porno. Non è fantascienza. Esistono programmi, come Lyrebird, che partendo da pochi secondi di clip audio in cui è registrata la nostra voce riescono a replicarne il timbro. O app come la cinese Zao che permette di sovrapporre la nostra faccia a quella delle star di film celebri.

Anche la generazione algoritmica di volti sta facendo passi da gigante. Nei giorni scorsi la startup Generated Photos ha pubblicato centomila immagini di visi elaborati da un computer. Persone che non esistono nella realtà, ma provate a dirlo guardandole.

Pensare che la storia dei deepfake è recentissima. Il primo caso noto alle cronache risale al 2017, quan-

do Motherboard scovò un video porno in cui sembrava comparire l’attrice Gal Gadot. La parte più interessante della storia è che l’autore del filmato manipolato non era stato un grande studio di effetti speciali, ma un utente di Reddit che aveva usato strumenti recuperabili online. Da allora il fenomeno è cresciuto a ritmi esponenziali, stando all’ultimo report di Deeptrace, compagnia nata con l’obiettivo di sviluppare soluzioni per individuare i deepfake. Le stime, che Repubblica ha potuto visionare in anteprima, sono inquietanti: al momento si contano sul web 14.500 filmati del genere, di cui la maggior parte



sono pornografici e hanno per vittime le donne. La cifra è quasi raddoppiata rispetto a sette mesi fa, grazie alla facilità con cui è possibile reperire strumenti che consentono di ottenere risultati apprezzabili. In Rete si trovano applicazioni con cui chi sa programmare, e ha a disposizione dei potenti processori grafici, può fabbricare in casa il proprio deepfake. Chi, invece, è a digiuno di competenze hi-tech, può accedere a dei servizi ad hoc. Un limite è la quantità di dati necessaria: per funzionare gli algoritmi hanno bisogno di molte foto, o di molti audio, della persona che si vuole rendere protagonista del falso. Uno dei portali disponibili richiede, ad esempio, 250 scatti. Ma i numeri sono destinati a diventare irrisonanti nel tem-

po, rendendo i deepfake a portata di tutti.

Le implicazioni sono infinite: oltre alle vendette porno nei confronti di ex partner, i contenuti ritoccati possono essere usati per inquinare il dibattito politico, o per le truffe. Al momento, non esistono strumenti per difendersi. Ma i grandi nomi della Silicon Valley stanno cercando di correre ai ripari. Google ha rilasciato un database di deepfake a cui i ricercatori possono attingere per studiare i contenuti modificati. Mentre Facebook e Microsoft hanno messo sul piatto della causa dieci milioni di dollari. «Siamo abituati a fidarci della telefonata via Skype di un amico o di un video in cui compare un politico per-

ché ne riconosciamo la voce o il volto – dice Giorgio Patrini, fondatore di Deepttrace – Dal momento che nessuna tecnologia era in grado di creare sinteticamente questi contenuti, li abbiamo sempre considerati autentici per definizione. Ora non è più così, il cambiamento è storico». È l'esordio di una nuova stagione di cui è difficile delineare i contorni, scanditi solo dal progresso. Davanti, un orizzonte aperto. Un domani in cui distinguere il tarocco dal vero diventerà sempre più difficile tanto quanto sarà sempre più facile falsificare la realtà, perché in ogni falso si nasconderà molto di autentico. Tra i rischi, anche quello di non credere più a nulla.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I casi Imitazioni pericolose



▲ Renzi e Salvini

Su Striscia la Notizia in onda due filmati in cui i volti di Renzi e Salvini sono stati sovrapposti a quello di un imitatore



▲ Zuckerberg

“Controllo i dati rubati di miliardi di persone”, dice Mark Zuckerberg in un video. Ma era un fake.

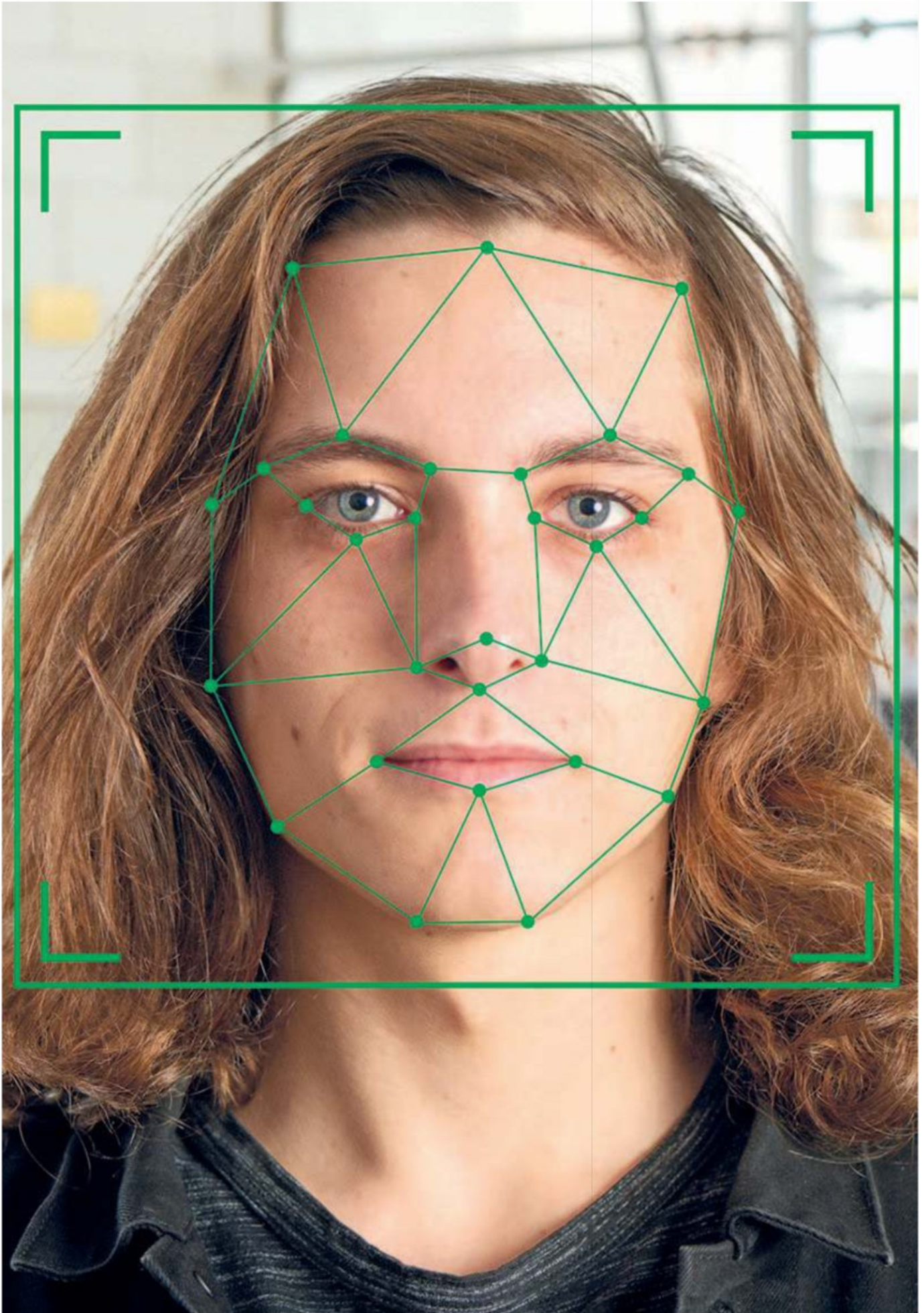


▲ Data Grid

Ha sviluppato un'intelligenza artificiale capace di generare il corpo di modelli inesistenti

La parola Ma al tarocco non c'è rimedio

Con il termine deepfake si fa riferimento a video, immagini, e audio manipolati usando l'intelligenza artificiale. Il primo caso noto risale al 2017, quando il volto di una pornostar venne sostituito con quello dell'attrice Gal Gadot. Non esistono rimedi.



Oggi l'incontro con 700 ragazzi

Tim Cook torna a Firenze per spiegare i media agli studenti

di Maurizio Bogni

FIRENZE – Racconterà la più grande avventura imprenditoriale della nuova economia. Racconterà di Apple, di Steve Jobs, dell'ultimo smartphone. Ma Tim Cook è oggi al Teatro Odeon di Firenze soprattutto per rispondere alle domande di 700 studenti delle scuole medie superiori sul ruolo dell'istruzione e l'importanza di sviluppare un pensiero critico, la necessità di combattere cyberbullismo e fake news. Succede nell'ambito dell'evento che festeggia a Firenze i 20 anni dell'Osservatorio permanente giovani-editori, creatura dell'imprenditore Andrea Ceccherini, un programma che in due decenni ha coinvolto milioni di studenti portando nelle aule scolastiche la lettura critica dei giornali ("Il quotidiano in classe") e più di recente, dal 2014, l'educazione finanziaria ("Young Factor").

Dopo solo due anni dall'ultima lezione, Tim Cook torna ospite dell'Osservatorio che, nel frattempo, ad inizio anno, il manager di Cupertino ha individuato tra le organizzazioni non profit, tra cui i progetti Nlp e Common Sense ne-

gli Stati Uniti, da sostenere nella loro azione di aiuto ai giovani per un uso consapevole dei media. «L'alfabetizzazione all'uso delle notizie è vitale per sostenere una stampa libera e una democrazia prospera», ha detto in quell'occasione Tim Cook.

Oggi a Firenze, dalle 17, dopo l'introduzione di Ceccherini, il Ceo di Apple risponderà prima alle domande del direttore de *Il Corriere della Sera*, Luciano Fontana, e poi a quelle libere dei giovani, già "folgorati" due anni fa: «Cari ragazzi, seguite la verità con coraggio e non dimenticate mai che l'istruzione crea uguaglianza, fermiamo insieme i cyberbulli e fake news», disse allora Cook in perfetta sintonia con la missione dell'Osservatorio ripetuta in ogni occasione dal suo fondatore Ceccherini: «"Il Quotidiano in Classe" è un'iniziativa di *media literacy* per educare i giovani a riconoscere e valorizzare l'informazione di qualità». Prima di Cook, sul palco dell'Osservatorio, questi messaggi sono stati condivisi da tanti rappresentanti del mondo del publishing dell'hi tech e della Silicon Valley: da Eric Schmidt a James Murdoch e Jan Koum.



Videosharing. Pronta ad aprire gli uffici in Italia la piattaforma mobile per video brevi dedicata ai giovanissimi della cinese Bytedance: punta su campagne e creatività, ma preoccupa l'uso dei dati di un miliardo di utenti

Tik Tok a caccia di giovani e brand

7 mld \$

LA STIMA DEL FATTURATO

Il giro d'affari nei primi sei mesi dell'anno in corso del gruppo cinese Bytedance che controlla Tik Tok

Luca Tremolada

Se avete un figlio o una figlia pre-adolescente, sapete di cosa stiamo parlando. Tik Tok non è Instagram, non è Facebook e neppure Snapchat. È stata scaricata da più di un miliardo di persone e ha più utenti mensili di Snapchat e Twitter.

Come tengono però a precisare i manager dell'azienda cinese non è un social network ma una piattaforma mobile per video brevi. Se li studi con l'occhio adulto sono pressoché incomprensibili. Video brevi, da 15 secondi o meno, dove super-giovani ballano e cantano, improvvisano parodie di film famosi o inventano scenette che probabilmente sono anche buffe. Si scorrono con il dito sul telefonino e l'effetto assuefazione, anche per un adulto, è immediato. Sembra tutti uguali ma continui lo stesso a guardarli. Se volete avere una idea provate a seguire Cecilia Cantarano, 20 anni. Sembra uscita da un cartone della Disney. È giovane, simpatica e sempre positiva. Strappa un sorriso facile senza mai essere volgare.

Dietro c'è Beijing ByteDance Technology Co Ltd meglio conosciuta come Bytedance. Nei primi sei mesi di quest'anno avrebbe registrato un giro d'affari spaventoso, intorno a sette-otto miliardi di dollari. È stata recentemente valutata oltre 75 miliardi di dollari e a giugno ha dichiarato 1,5 miliardi di utenti attivi al mese.

Per la cronaca, nascono per il mondo occidentale con l'acquisizio-

ne del social network musical.ly. Hanno comprato i diritti di canzoni musicali per giovanissimi e sono da dodici mesi presenti sul mercato europeo. Ora stanno arrivando in Italia, apriranno a breve, entro l'anno, gli uffici qui da noi con l'intenzione di diventare una sorta di azienda creativa al servizio dei brand. I soldi, spiegano a Il Sole 24 Ore, intendono farli con le aziende lanciando delle campagne virali. Si chiamano *hashtag challenge*, sono competizioni online dove si stimolano gli utenti a giocare, ballare o esibirsi a tema. La creatività (e l'audience da raggiungere) ce la mette Tik Tok che intende per questo affidarsi a creativi locali. Gli utenti giocano. E i brand raggiungono un pubblico piuttosto difficile da intercettare, che va dai 18 ai 25 anni.

In realtà i frequentanti sembrano molto più giovani. Anche se l'azienda ufficialmente dichiara di volere puntare su maggiorenni. Tuttavia, come molte mamme e papà sanno, è una app consigliata per utenti di età superiore ai 13 anni. Recentemente è stata sanzionata negli Stati Uniti per violazione del Children's Online Privacy Protection Act con una multa di 5,7 milioni di dollari per non aver vigilato sul rispetto delle condizioni. All'azienda, nel dettaglio, sarebbe stato contestato il fatto di non aver bloccato contenuti condivisi da utenti che avevano palesemente un'età inferiore ai 13 anni.

Per il loro debutto in Europa i manager della società dichiarano di avere investito molto per creare un «ambiente positivo nel quale gli utenti si sentano sicuri e a proprio agio. Allo stesso modo - scrivono - prestiamo grande attenzione ai dati dei nostri utenti e siamo costantemente impegnati per assicurare una gestione sicura. Le Linee guida della community e i Termini di Servizio contengono tutte le informazioni per un uso appropriato della piattaforma».

«Effettivamente - sottolinea Vincenzo Cosenza, esperto di social media e responsabile marketing di Bazzoole - non sono un social network come Facebook o Twitter. Il servizio funziona anche se non ti registri, per suggerirti i video divertenti utilizza pochissime informazioni di contesto oltre naturalmente alle tue interazioni. Merito dei loro algoritmi di intelligenza artificiale che sono molto avanzati. Per ora però sembrano meno interessati a sapere chi sei per fornirti pubblicità personalizzata e più a tenerti agganciato al flusso di video».

Non è ancora chiaro per quali scopi vengano usati i dati e i video che pubblichiamo sulla loro piattaforma. In una inchiesta pubblicata dalla rivista New Yorker, Bytedance sostiene che queste informazioni servirebbero per migliorare i sistemi di riconoscimento facciale per creare nuovi filtri (rispetto a Snapchat il servizio offre numerosissimi effetti speciali per truccare il volto ndr.). Tuttavia, il sospetto che ricade un po' su tutte le aziende cinesi è che queste immagini servano anche per altro ad esempio per migliorare i sistemi di videosorveglianza su cui Pechino avrebbe una leadership tecnologica. Per quanto possa essere suggestivo immaginare servizi di intelligence occupati ad analizzare balletti e coretti di adolescenti le stesse preoccupazioni sono state espresse per FaceApp e per l'app Zao o per certi versi per Facebook quando ha lanciato il servizio di riconoscimento facciale.

I contenuti di Tik Tok sono ad oggi leggeri e scherzosi. Ed questo forse il limite commerciale di questa iniziativa. «La loro forza e il loro limite - spiega Vincenzo Cosenza - è proprio quello di essere un prodotto per giovanissimi che parla ai giovanissimi. Almeno finora chi è più adulto fatica a trovare un motivo di interesse». Il prodotto, in questo caso, non sei tu adulto, sono loro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Michelle Hunziker

@michellehunziker

Verified account

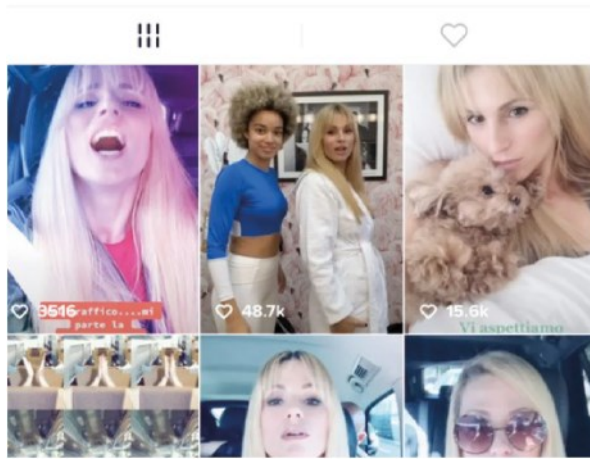
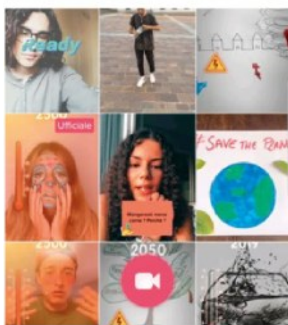
4 Following | 75.0k Followers | 272.8k Hearts

Message

mother of 3 🧒🧒🧒 + 2 🧒🧒, wife

TV entertainer 🎬

Cosa trovate?
 Tra i personaggi, sono su Tik Tok da poco più di una settimana: Fiorello, Michelle Hunziker, Aurora Ramazzotti Romics (Festival Internazionale del Fumetto, Animazione, Cinema e Games 3-6 ott) oltre all'account, ospiterà il creator Scottecs (fumettista) È di sabato scorso l'annuncio della partnership con Federazione Italian Rugby; al momento è in corso la challenge #rugbyfever Dal 16 settembre è in corso la challenge #ForClimate creata in partnership con la Federazione Internazionale della Croce Rossa e Mezzaluna Rossa. Dal 3 settembre hanno attivato la partnership con Nfi National Football League e nel mondo del calcio a dicembre 2019 l'Inter ha creato un suo profilo, da aprile l'As Roma, da maggio il Liverpool; tra i calciatori c'è Florenzi dallo scorso luglio.



IN BREVE**INCENTIVI****Fabbrica intelligente
parte il 12 novembre**

Entra nel vivo la nuova edizione dell'intervento agevolativo del Mise per i progetti di ricerca e sviluppo promossi nelle aree Fabbrica intelligente, Agrifood, Scienze della vita e Calcolo ad alte prestazioni. Il ministero ha pubblicato ieri il decreto direttoriale 2 ottobre 2019 che regola le modalità di apertura dello strumento: la proposta progettuale e la scheda tecnica devono essere compilate e presentate in via esclusivamente telematica a partire dal prossimo 12 novembre.



PIÙ DELLO STREAMING

Negli Usa sugli smart speaker va forte la radio

Secchi a pag. 18

Negli Usa gli altoparlanti intelligenti si usano più per le emittenti Fm che per i servizi streaming

Smart speaker, radio batte Spotify

Montefusco jr: un'opportunità, aumenta la durata d'ascolto

DI ANDREA SECCHI

La società di consulenza americana per i media NuVoodoo qualche settimana fa ha pubblicato sul suo sito un post dedicato alle radio. Il titolo era «Gli smart speakers sono realmente così importanti?» e subito ha dato una risposta: secondo il suo ultimo report il 51% del campione di 3 mila persone fra i 14 e i 54 anni analizzato negli Stati Uniti possiede almeno un altoparlante intelligente. A gennaio erano il 43%, un anno prima il 33%. Ma non è tutto: il 42% del campione usa gli smart speaker per ascoltare lo streaming di stazioni fm, percentuale che era del 39% sei mesi prima ma soprattutto più alta di quella degli utenti che usano questi dispositivi per ascoltare Spotify (36%), Amazon Music (32%), Pandora (28%), audiolibri e podcast.

«Gli operatori radio americani stanno gradualmente approfittando dell'opportunità di guadagnare ascoltatori attraverso gli smart speaker», spiega a *ItaliaOggi* **Leigh Jacobs**, executive vice president research analysis di NuVoodoo. «Sento sempre più annunci sulle stazioni qui che consigliano agli ascoltatori cosa devono dire al loro altoparlante intelligente per far ascoltare l'emittente. Questi dispositivi forse non saranno la «fonte primaria» con cui sarà consumata la maggior parte della radio, ma un'importante fonte di ascolto sicuramente sì».

In Italia ovviamente le cose non stanno ancora in questo modo. Gli smart speaker sono sul mercato da poco più di un anno e mezzo (prima Goo-

gle Home a marzo, poi Amazon Echo a ottobre) e nonostante la loro adozione stia crescendo a buon ritmo, l'utilizzo è ancora limitato (così come imperfette e incomplete sono ancora le funzioni, in realtà). La radio, però, là dentro c'è e dal momento che i ricevitori casalinghi vanno sparendo, saranno questi i dispositivi in grado di sostituirli e persino di aumentare le occasioni d'ascolto: mentre si fa il caffè la mattina, occupati con la barba, con le pulizie o quant'altro diventa più facile urlare a Google o Alexa «suona radio X» anziché andare materialmente ad accendere e sintonizzare un apparecchio. A questo si aggiunge il fatto che gli assistenti stanno entrando nelle auto, ambito in cui finora ha regnato incontrastato l'autoradio.

Il problema è che l'ascolto delle radio oggi passa perlopiù attraverso TuneIn, l'aggregatore americano che utilizza i flussi di streaming delle emittenti di tutto il mondo mettendoli a disposizione degli utenti ma senza scambiare i dati di ascolto con i broadcaster e tantomeno senza riconoscere loro una share della pubblicità che raccoglie.

Sono poche le emittenti nazionali che hanno sviluppato una propria presenza autonoma su tutti gli smart speaker con skill o action, le applicazioni che consentono di ascoltare il live così come l'on demand dei programmi: l'assistente di Amazon, Alexa, è sicuramente quello che ha la maggiore presenza di radio italiane fuori da TuneIn, grazie al supporto e alla spinta della società americana: si trovano per esempio le emittenti del gruppo di Rtl 102,5, RadioMediaset, DeeJay, Radio Italia e altre.

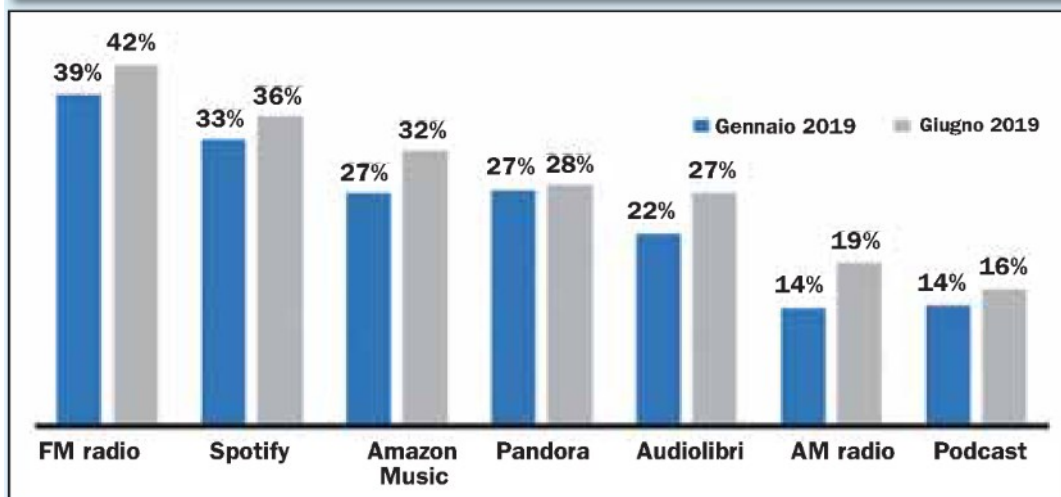
Meno nutrito il gruppo sull'assistente di Google, nel quale c'è però dall'inizio Rds, presente su entrambi gli smart speaker. «In Italia siamo nella fase degli early adopters, si deve ancora passare a un utilizzo quotidiano come negli Usa», racconta **Massimiliano Montefusco**, general manager di Rds - Radio Dimensione Suono. «I dati sono ancora bassi però abbiamo notato un aumento della durata d'ascolto in casa. Così come le altre piattaforme, gli smart speaker sono un'opportunità per costruire quella che chiamiamo la total audio e offrire anche servizi a valore aggiunto, perché già oggi su Google Home o Alexa si può ascoltare semplicemente Rds oppure i 100 minuti con *Enrico Mentana* o altri podcast dei nostri programmi».

La questione TuneIn, poi, per Montefusco è da affrontare a livello di settore, sebbene ci siano emittenti che hanno deciso di vietare all'aggregatore l'utilizzo dei propri stream: «Penso che se ne dovrà occupare Ter, il Tavolo editori radio. Intanto prima pensiamo al Player (l'app aggregatore delle radio italiane prevista per il primo quadrimestre 2020, ndr) che sarà importantissimo per le auto, poi vedremo se si può raggiungere un accordo con TuneIn oppure fare una diffida. Per il momento penso che TuneIn sia pur sempre un modo per esserci e raggiungere più persone possibile».

© Riproduzione riservata



Cosa si ascolta con gli smart speaker



Fonte: NuVoodoo

Telepass, asta in bilico: Apax esce

PEDAGGI

Riflessioni di Atlantia sulla controllata in attesa del nuovo ad

Sempre più incerta l'asta per l'ingresso in minoranza in Telepass, controllata di Atlantia. Al momento in seno alla holding infrastrutturale sarebbe in corso una riflessione in tema di valorizzazione della controllata attiva nei pedaggi autostradali.

Quindi l'asta, gestita da Goldman Sachs, Mediobanca e Banca Imi, sarebbe al momento stata congelata. Si parla di una fase di stand-by di alcune settimane, ma secondo alcuni osservatori il processo potrebbe a questo punto fermarsi per diversi mesi, se non addirittura stopparsi del tutto. A maggior ragione se si pensa che alcuni dei fondi esteri che erano ancora in gara, come ad esempio Apax, si sarebbero ritirati dal processo.

Alla finestra sarebbero ancora Partners Group e Warburg Pincus, i due gruppi finanziari che erano più attivi sul dossier e che avevano presentato la proposta economicamente più interessante per il 35% di Telepass. Così pure la cordata tricolore Fsi-Sia-Generali sarebbe ancora spettatrice interessata.

Del resto, l'avvio dell'asta su

Telepass era avvenuto su decisione dell'amministratore delegato Giovanni Castellucci, che si è però dimesso a metà settembre.

L'incasso ottenibile dalla cessione della quota (con una valutazione complessiva di Telepass di circa 2 miliardi) sarebbe servito ad Atlantia per altri investimenti. Di certo, la necessità di definire la governance nei prossimi mesi sembra un forte ostacolo alla vendita di una minoranza di Telepass, come pure all'avvio di altre operazioni strategiche per il gruppo Atlantia. La gestione è passata a Giancarlo Guenzi, chief financial officer uscente, nominato direttore generale della società.

Ora resta da capire se il nuovo amministratore delegato, che verrà scelto dalla famiglia Benetton, riaprirà o meno il dossier di vendita della controllata. Su quest'ultimo fronte continuano i rumors con una girandola di nomi che vanno da Flavio Cattaneo, ex-Ad di Ntv e Telecom, fino all'ex-responsabile delle attività europee di Fca, Alfredo Altavilla, ma anche Fabio Gallia (ex-Cdp), Paolo Gallo, (Italgas) e Renato Ravanelli di F2i. L'ultimo nome che, secondo le indiscrezioni, si potrebbe aggiungere alla lunga lista è quello di Giuseppe Recchi, in passato amministratore delegato e presidente del gruppo General Electric, del gruppo Eni e di Telecom Italia.

—C.Fe.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



E-commerce Parte il sito per gli aiuti

È attivo il portale Simest (<https://myarea.sacesimest.it/finanziamenti-agevolati-per-l-internazionalizzazione>) per accedere al finanziamento agevolato «e-commerce» pensato per aiutare le pmi a vendere i propri prodotti all'estero sfruttando le potenzialità del mercato elettronico. Una volta completata la richiesta di accesso agli incentivi, il modulo di domanda viene scaricato dal portale Simest e, acquisita la firma digitale del legale rappresentante dell'impresa, può essere inviato attraverso il portale stesso. Questi alcuni dei chiarimenti contenuti nelle faq di Simest sul nuovo incentivo legato al commercio elettronico che verrà sviluppato attraverso una piattaforma informatica realizzata in proprio o tramite soggetti terzi (market place), per la distribuzione di beni o servizi prodotti in Italia o con marchio italiano. Sono beneficiari delle agevolazioni tutte le imprese con sede legale in Italia (anche costituite in forma di «rete soggetto»). Per poter accedere al finanziamento è

necessario aver depositato presso il Registro imprese almeno due bilanci relativi a due esercizi completi. Le spese ammissibili al finanziamento sono relative:

- alla creazione e sviluppo di una propria piattaforma informatica;
- alla gestione/funzionamento della propria piattaforma informatica / market place;
- alle attività promozionali e alla formazione connesse allo sviluppo del programma.

Sono finanziabili le spese sostenute dalla data di arrivo della domanda di finanziamento a Simest, fino a 12 mesi dopo la data di stipula del contratto di finanziamento (periodo di realizzazione). Vengono finanziate a tasso agevolato le spese relative a soluzioni da mettere in pista secondo due modalità alternative:

- realizzazione diretta della piattaforma informatica finalizzata al commercio elettronico;
- utilizzazione di un market place finalizzato al commercio elettronico fornito da soggetti terzi.

© Riproduzione riservata



News

a cura di Ludovica Bergeretti

Shopping online, in Europa spiccano Off-white, Balenciaga e Adidas

Lyst rivela i gusti degli europei in fatto di moda. Il motore di ricerca ha prodotto Eurofashion, uno studio maturato dall'analisi dei marchi e dei prodotti più amati nel vecchio continente. Lyst ha analizzato il comportamento e le abitudini di acquisto grazie alla banca dati di oltre 50 milioni di visite in 47 nazioni avvenute nel corso degli ultimi sei mesi sulla piattaforma, che consente di navigare tra oltre 12 mila boutique virtuali ed e-commerce. La maggior parte dei paesi ricerca marchi di lusso. Gucci è al primo posto in Inghilterra e Lussemburgo. Gli italiani, invece, preferiscono Off-White (nella foto, un ad). In Germania e Paesi Bassi è Balenciaga il brand più desiderato, mentre in Belgio e Spagna è Dolce&Gabbana. Francesi e portoghesi preferiscono marchi sportivi come Nike e Adidas. Come categoria merceologica, a mettere d'accordo uomini e donne di tutta Europa sono le sneakers.

