

Rassegna del 30/05/2018

Corriere della Sera	29	La francese Iliad al via in Italia Sfida ai big della telefonia mobile	<i>Zanini Maria_Elena</i>	1
Sole 24 Ore	14	Tlc, Iliad sbarca in Italia con tariffe low cost - Debutta l'offerta di Iliad il low cost della telefonia	<i>Biondi Andrea</i>	2
Sole 24 Ore	14	La sfida si giocherà sui servizi	<i>A. Bio.</i>	4
Stampa	22	Iliad sbarca in Italia "Così rivoluzioniamo la telefonia mobile Un miliardo nella rete"	<i>Spini Francesco</i>	5
Stampa	22	Dalla tentazione su Telecom all'avventura italiana	<i>...</i>	7
Repubblica	37	Processi produttivi L'intelligenza artificiale e i suoi effetti dirompenti	<i>...</i>	8
Repubblica	38	Così nell'era della robotica cambierà la faccia del capitalismo	<i>s.d.p.</i>	9
Repubblica	36	Uomini e robot La grande sfida del lavoro futuro	<i>De Ceglia Vito</i>	10
Repubblica	39	Innovare il seme nel terreno fertile Virtù della Transfer Technology	<i>Dell'Olio Luigi</i>	12
Repubblica	39	Impieghi, mansioni, competenze quali subiranno maggiori trasformazioni	<i>s.d.p.</i>	14
Repubblica	38	Il probabile aumento se anche i lavori creativi verranno svolti dalle macchine	<i>s.d.p.</i>	15
Repubblica	36	Geopolitica Imprese americane e cinesi: braccio di ferro sul digitale per conquistare la supremazia	<i>s.d.p.</i>	16
Sole 24 Ore	30	Ant ora vale 150 miliardi \$ Il primo unicorno è cinese	<i>Barlaam Riccardo</i>	17
Mf	15	Axélero sospesa in borsa per rinvio dell'ok ai conti	<i>Valentini Paola</i>	18
Repubblica Bari	14	Se Welfare fa rima con innovazione	<i>...</i>	19
MF Fashion	2	Lusso, italiani campioni di digitale - I luxury brand italiani in cima all'innovazione digitale	<i>Camurati Federica</i>	20
Sole 24 Ore	30	Open Fiber: «Nuove regole per la fibra»	<i>Olivieri Antonella</i>	21
Messaggero Cronaca di Roma	46	Razzante, i media e le priorità future	<i>Di Liegro Alessandro</i>	22

La francese Iliad al via in Italia Sfida ai big della telefonia mobile

L'offerta del gruppo di Niel replica il modello transalpino dei maxi sconti

Il debutto

di **Maria Elena Zanini**

È ufficialmente cominciata la «campagna d'Italia» di Iliad, dopo mesi di rinvii. L'operatore francese in nome del «cambiamento» e della «trasparenza» ha presentato ieri a Milano l'offerta che secondo le premesse «rivoluziona il mercato». «Nessun costo nascosto. Nessuna sorpresa in bolletta» ha assicurato l'amministratore delegato di Iliad Italia, Benedetto Levi, 29 anni, nel corso della convention «show». Nascosto tra il pubblico, Xavier Niel, patron di Iliad che non ha voluto rilasciare dichiarazioni. L'offerta per il mercato italiano (solo per il retail per il momento) è decisamente al ribasso, confermando così la strategia già usata quando sbarcò nel 2012 sul mercato francese: 5,99 euro al mese (più i 9,99 euro di attivazione) per chiamate e sms illimitati e 30 Giga al mese, su copertura 4G+. Come ha più volte ripetuto l'amministratore delegato, Iliad Italia arriva nel mercato come operatore infrastrutturale, non virtuale, nonostante per il momento si stia appoggiando alla rete di Wind Tre per l'acquisto delle cui frequenze ha sborsato nel 2017 50 milioni. Bisogna ricordare però che la

copertura 4G di Wind Tre non è estesa ancora al 100% del territorio italiano. Non è ancora chiaro quando Iliad Italia potrà contare su una rete propria. Per Levi «ci vorranno alcuni anni».

Su tempistiche e cifre Iliad Italia non alza il sipario e Levi si rivela parco nel concedere informazioni. A partire dalla stessa offerta riservata esclusivamente al primo milione di sim attivate (non è noto entro quando). E poi? «Lo scoprirete». Così come si scoprirà solamente nelle prossime settimane quali saranno le strategie di comunicazione del gruppo francese (in perdita sul mercato d'Oltralpe). «Contiamo molto sul passaparola». E viste le code registrate ieri nei pochi flagship presenti nelle città italiane, il sistema sembra funzionare.

Oltre ai negozi, i canali distributivi sono il sito e le «sim box», veri e propri distributori di sim che (come il sistema via web) hanno ovviato al limite della legge Pisanu sull'identificazione, con un sistema di riconoscimento video. Nemmeno sugli investimenti preventivi c'è chiarezza: la cifra comunicata è quella di un miliardo che includerà anche l'investimento per l'asta per il 5G cui Iliad Italia ha già dichiarato di voler partecipare. L'obiettivo è di arrivare al pareggio di ebitda con una quota di mercato del 10%, tenendo

presente che le sim attive in Italia sono circa 85 milioni, comprese quelle machine to machine. Basterebbe dunque raggiungere i 3,5 milioni di sim per il break-even, «un'importante quota sostanziale», la definisce Levi, senza però precisare i numeri.

A giocare a favore del gruppo francese c'è la freschezza del nuovo arrivato che ha avuto tutto il tempo di studiare un mercato dominato da tre player con una quota paritaria del 30% circa e che può permettersi di dire: «Gli utenti italiani sono stanchi, vogliono il cambiamento». Oltre a una struttura snella, («Siamo 200 persone, ma contiamo di arrivare a 1.000 nei prossimi anni») con pochi costi che giocherà a favore nel progetto di lungo periodo che per il momento non prevede una convergenza fisso-mobile. Né un ruolo attivo come fornitore di contenuti: per ora nessuna partnership con media company. «Siamo agli inizi, vogliamo concentrarci solamente sul mobile per il momento», spiega Levi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fondatore



● **Xavier Niel**, 50 anni, fondatore di Iliad, gruppo proprietario dell'operatore Free. Detiene direttamente l'1% del capitale di Iliad e il 51% tramite la holding HoldCo e NJJ Holding



Benedetto Levi, 29 anni, ceo di Iliad Italia durante la presentazione della nuova offerta commerciale del gruppo di tlc francese



**Tlc, Iliad sbarca in Italia
con tariffe low cost**

L'operatore francese Iliad è sbarcato in Italia con offerte superscontate: tariffa mensile a 5,99 euro per il primo milio-

ne di clienti, con 30 Gigabyte e messaggi e chiamate illimitate. L'obiettivo è conquistare il 10% del mercato. ► pagina 14

Tlc. Tariffe superscontate e comunicazione aggressiva per l'operatore francese

Debutta l'offerta di Iliad il low cost della telefonia

Investimenti da oltre il miliardo - Target 10% del mercato

IL FONDATORE XAVIER NIEL

«Siamo assolutamente fiduciosi della riuscita di questa avventura. L'Italia è un grande Paese con ampi spazi di crescita»

LA PROPOSTA DI LANCIO

Tariffa mensile a 5,99 euro per il primo milione di clienti con trenta gigabyte inclusi oltre a messaggi e chiamate illimitati

Andrea Biondi

■ È stato un po' come assistere al "V-Day" della telefonia in Italia. Per lo sbarco i danesi di Iliad hanno scelto una presentazione che è stata prima di tutto un'elencazione di vizi attribuiti alle compagnie storiche, un rosario di accuse sgranato a mo' di giaculatoria. Tra le parole chiave: "Basta!". «La gente è stufo. È venuto il momento di dire basta, voltare pagina e ricominciare da zero con la nostra rivoluzione», dice l'amministratore delegato di Iliad Italia, Benedetto Levi. Trent'anni a ottobre, dal 22 dicembre alla guida di Iliad Italia, Levi vuole andare dritto allo scontro con gli operatori: «Hanno paura del nostro arrivo e hanno ragione». E ancora: «Hanno incassato 4 miliardi di euro grazie agli stratagemmi usati sui cittadini».

In fondo era difficile attendersi toni più soft dopo una marcia di avvicinamento al lancio commerciale fatta agitando il concetto del "nulla sarà più come prima" e culminata con l'avvio dei profili Facebook o Twitter con l'hashtag #RivoluzioneIliad. E il video sarcastico di inizio giornata fa capire subito che aria tira: «Se pensate che ci siano costi nascosti, lasciateli nascosti così non li vedrete». E ancora: «Ricordatevi che avere 13 mesi nel calendario invece di 12 è normale» oppure «la vostra compagnia telefonica vi ama. Vi ama così tanto che non vi lascerà per i prossimi 24 mesi».

Da ieri la compagnia francese

ha tagliato il nastro e iniziato anche operativamente la sua avventura in Italia. E lo ha fatto con un'offerta a 5,99 euro al mese per 30 Gigabyte, minuti e sms illimitati. Anche sull'estero le chiamate sono gratuite verso i fissi di 65 Paesi esteri e verso i mobili del Nord America. La spesa di spedizione è di 9,99 euro.

Un tariffa d'entrata che rappresenta una sfida non da poco. Lo stesso Levi mostra durante la sua presentazione la differenza di prezzo con gli operatori storici in Italia ma lo fa seguendo la falsariga dell'aggiornata: «È stato calcolato che fare un confronto fra le tariffe proposte in Italia dagli operatori necessiterebbe di 25 ore». Il confronto viene però fatto su un caso concreto: 1.000 minuti al mese di chiamate, 600 sms e 30 GB di traffico internet. In quel caso le slide parlano di esborsi 11 volte superiori per i clienti Vodafone, 34 volte superiori per quelli Tim, 7 volte maggiori per i clienti Wind e 19 volte più cari per quelli di 3. La promessa è di non avere costi nascosti (quanto a segreteria telefonica, hotspot, controllo credito residuo) e di proporre tariffe senza modulazioni, "per sempre". Attenzione però: è riservata al primo milione di clienti. Dopo non si sa. Va detto che Iliad in Francia l'offerta a 20 euro al mese era riservata ai primi 3 milioni, ma il limite non è mai stato applicato.

Si potrà diventare clienti Iliad sul sito Iliad.it o «negli oltre 100

Iliad store e corner, distribuiti su tutto il territorio nazionale, a Roma, Milano, Torino, Mestre, Catania» o anche acquistandole dai "Simbox": distributori automatici sparsi per la Penisola. Modalità innovativa, quest'ultima, che secondo alcuni potrebbe sollevare problematiche legate al rispetto della Legge Pisanu (si veda altro articolo in basso).

Per una Iliad - che anche in Italia dopo averlo fatto in Francia in cui è attiva dal 2012 vuole "spaccare il mercato" un po' come fatto da Ryanair nel campo del traffico aereo - arriva ora il momento di passare dalle parole ai fatti. Gli investimenti «saranno oltre un miliardo» dice Levi. Niente dichiarazioni di obiettivi su clientela e finanziari. Che trasparenza è allora? «Siamo trasparenti sulle offerte ai clienti, ma preferiamo mantenere il riserbo su alcune scelte strategiche competitive» replica l'ad di Iliad Italia che conferma quanto detto nelle ultime presentazioni finanziarie, e cioè che «il breakeven sull'ebitda sarà raggiunto con una quota di mercato inferiore al 10%». La società



per ora «si concentrerà sul mobile». Niente fisso e niente bundle con i contenuti, insomma, ma ci sarà una partnership con Apple per la vendita degli smartphone, «ma sempre con molta trasparenza e distinguendo le voci».

«Bravo Benedetto il primo Leader a ridare indietro i soldi agli italiani:», scrive via Twitter il patron di Iliad, Xavier Niel. Niel era presente ieri. Maglietta nera e jeans ha cercato di confondersi fra i partecipanti alla presentazione. «Siamo assolutamente fiduciosi della riuscita di questa av-

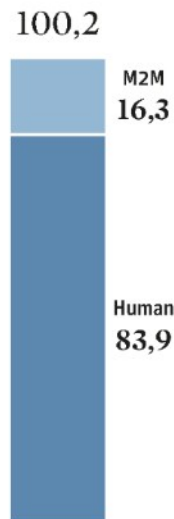
ventura in Italia», risponde Niel al Sole 24 Ore. «Ci sono spazi di crescita, tanti giovani. L'Italia è un grande Paese» aggiunge Niel replicando di non essere salito sul palco «perché la società in Italia è in mano a Benedetto (Levi, ndr.)». Ora azionista e direttore strategia del gruppo riprenderà incarichi operativi nella società che in Borsa (è quotata a Parigi) ha perso il 26% da inizio anno? «In Italia mai. Quanto alla Francia - risponde sorridendoci su - non ne sono mai uscito».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

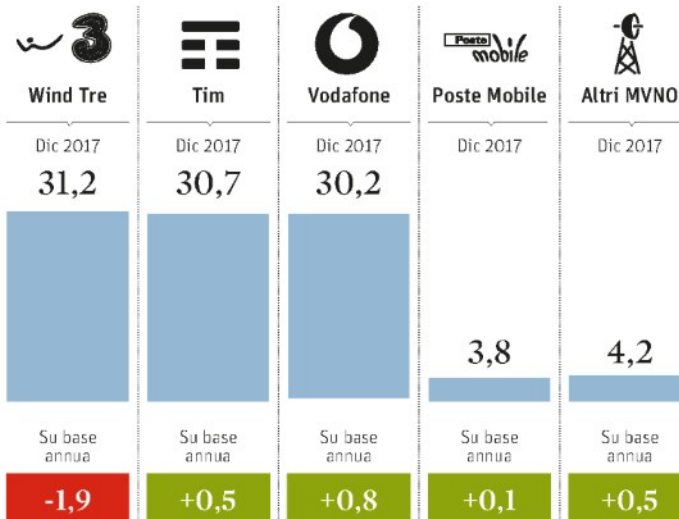
Il mercato

Le linee in Italia e la ripartizione per operatore delle sim, in percentuale

Milioni di linee dicembre 2017



Sim complessive



Fonte: Agcom



Il fondatore. Xavier Niel (a destra) con il presidente francese Macron



La strategia. Benedetto Levi, amministratore delegato di Iliad, annuncia l'offerta d'esordio a 5,99 euro al mese

Lo scenario. Dubbi degli operatori concorrenti sulla sostenibilità complessiva del progetto

La sfida si giocherà sui servizi

SOTTO OSSERVAZIONE

Copertura nazionale in 4G+, rispetto della legge Pisanu, consistenza degli investimenti e sostenibilità delle tariffe i nodi da affrontare

■ Dopo i proclami, ci sono pochi dubbi sul fatto che la compagnia telefonica francese sarà messa, e non poco, sotto esame sul fronte servizi. A ogni modo, l'unica compagnia a dire la sua ufficialmente sull'avvio di Iliad in Italia è Fastweb. La compagnia guidata in Italia da Alberto Calcano «registra con soddisfazione come il nuovo operatore abbia deciso di contribuire, allineandosi alla missione di Fastweb di abolire i costi nascosti». Insomma, velenoso commento da parte della compagnia «impegnata su questo fronte da oltre un anno come primo operatore ad aver eliminato tutti i costi ancillari».

Certo, con qualche ora di anticipo la stoccata era arrivata proprio da Iliad Italia, con l'ad Benedetto Levi che citava l'estratto di un'email di Fastweb agli atti di un procedimento dell'Antitrust che sta indagando sull'ipotesi di cartello fra Tim, Vodafone, Fastweb e Wind Tre, in relazione alla vicenda della fatturazione a 28 giorni e in cui si parlerebbe di «insufficiente comprensione da parte dei consumatori di discriminare fra prezzi mensili e prezzi quadrisettimanali».

Per il resto nessuna dichiarazione ufficiale fra gli operatori, ma a taccuini chiusi i dubbi non si contano. Sulla qualità del servizio innanzitutto visto che Iliad ha parlato di copertura nazionale in 4G+. Cosa che i competitor ritengono irrealistica.

Qui va fatto un passo indietro, alle origini dell'ingresso di Iliad in Italia. Per dare l'ok alla fusione fra Wind e 3 Italia la Ue ha richiesto l'arrivo sul mercato di un "remedy taker" disposto a mettersi in gioco come operatore "infrastrutturato", dotato di rete, grazie all'acquisto degli asset ceduti dai due sposi. Iliad l'ha spuntata su Fastweb. A questo punto sarà il roaming su rete Wind Tre la porta d'accesso privilegiata anche se Iliad sta lavorando alla realizzazione di una rete propria.

Altro tema quello degli investimenti. Levi usa l'espressione «oltre un miliardo», ma consideran-

do anche l'asta 5G alla quale anche ieri l'ad di Iliad Italia si è detto interessato, la campagna d'Italia non potrà che puntare più verso i due miliardi. Del resto ha investito in Italia 314 milioni a fine 2017 di cui 50 per l'acquisto delle frequenze di Wind Tre e 220 sul rinnovo delle frequenze 1.800 Mhz fino al 2029 versati allo Stato. A scorrere il primo bilancio di Iliad Italia si legge che per il 2018 saranno da pagare a Wind Tre - sempre per le frequenze - 190 milioni cui se ne aggiungeranno 210 al 2019 (quindi 450 in tutto). Sul tema dei prezzi, le compagnie mettono l'accento sui 40 punti percentuali per i servizi di telefonia fra 2001 e 2016 e valori di ricavo medio per cliente (intorno ai 13 euro) tra i più bassi d'Europa. C'è infine il tema della legge Pisanu (disposizioni antiterrorismo) che più di uno agita in relazione alla distribuzione di sim attraverso le Simbox. «Siamo compliant», ha ribattuto anche ieri, l'ad Levi.

Iliad comunque, consapevole come spiega in una nota di entrare «in un mercato da 16 miliardi», fa paura agli operatori. Innanzitutto per quello che ha fatto in Francia in cui gli abbonati fisso e mobile hanno superato i 20 milioni. Oltralpe le offerte sono due: la prima a 2 euro al mese con due ore di chiamate e 50 Mb di internet e la seconda, illimitata a 19,99 euro al mese (15,99 per gli abbonati alla "Freebox" e quindi all'offerta fisso-mobile). Mal'Italia oggi non è la Francia del 2012 quanto a prezzi, ribattono le telco. Resta da vedere in quanto tempo Iliad raggiungerà il milione di abbonati. Considerando che in Italia ci sono 83 milioni di schede "human", nella migliore delle ipotesi potrebbe bastare qualche settimana. L'idea di arrivare al 10% del mercato è il traguardo minimo. Ma in passato si è parlato anche del 25%. E c'è chi, come Morgan Stanley, pensa che a pagare dazio potrebbero essere gli operatori virtuali (Mvno) più che i tradizionali. «In un mercato saturo come l'Italia (>160% di penetrazione)» si legge in un report, i problemi «potrebbero concentrarsi sulla fascia più bassa del mercato». La sfida è appena iniziata.

A. Bio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



TELECOMUNICAZIONI

Iliad sbarca in Italia

“Così rivoluzioniamo la telefonia mobile Un miliardo nella rete”

La prima offerta a 6 euro. Niel: “Mercato strategico”
L'ad Levi: “In pochi anni lavoro per mille persone”

“In un secondo tempo non escludiamo di entrare nel fisso ma non è la priorità”

FRANCESCO SPINI
MILANO

Di nuovo i francesi, di nuovo i telefoni. Ma «low cost». Iliad sbarca in Italia ed è subito guerra di tariffe: nel corso di un incontro a metà tra una «convention» all'americana (con tanto di claqué urlante) e una conferenza stampa, il nuovo operatore mobile, il quarto, svela la sua offerta. Anzi, «la nostra rivoluzione», come la chiama Benedetto Levi, l'ad 29enne di Iliad Italia che si presenta in jeans, camicia bianca e Superga rosse. Per avere minuti e sms illimitati, 30 giga-byte, chiamate incluse in Europa (con 2 giga dedicati) e in altre 65 destinazioni nel mondo, Iliad chiede 5,99 euro al mese. Per partire basta una sim, che costa 9,99 euro negli oltre 100 negozi e «corner», sul sito Internet o nelle nuove «simbox», distributori automatici di schede che saranno piazzati anche nei centri commerciali. L'offerta è valida per il primo milione di clienti, «poi vi faremo conoscere le nuove soluzioni». Iliad non si fa mancare nemmeno un accordo commerciale con Apple. «Avevano ragione ad

avere paura di noi», dice Levi, alludendo alle altre compagnie telefoniche. «La gente - attacca - è stufo di pagare troppo per ciò che ottiene e della poca chiarezza sulle tariffe», come accaduto con le famigerate bollette a 28 giorni. Lui promette la svolta. In fondo alla sala, compare anche il miliardario francese Xavier Niel, fondatore e patron del gruppo. Maglietta e pantaloni neri, non è in vena di troppe chiacchiere: «L'Italia - dice - per noi è un mercato strategico ma oggi è il giorno di Benedetto, tocca a lui raccontarvi tutto». Poi scompare, prende il telefono e spara su Twitter: «Bravo Benedetto, il primo leader a ridare indietro i soldi agli italiani».

Non svela, Levi, quali saranno le tariffe definitive, dopo il primo milione di clienti. L'idea però è quella di crescere in fretta. «Oggi i tre principali operatori si spartiscono ciascuno un terzo del mercato: crediamo ci siano margini per ottenere nel breve termine una quota importante», dice. Alcuni analisti, e tra essi quelli di Mediobanca, credono che tra le big che chi subirà di più l'assalto francese sarà Wind Tre; Morgan Stanley ritiene più vulnerabili gli operatori mobili virtuali. Quanto

ai conti, Levi sostiene che il pareggio a livello di margine operativo lordo «lo potremo raggiungere con una quota di mercato inferiore al 10%», su un totale di circa 100 milioni di sim. «Possiamo avere margini con offerte molto più competitive della concorrenza grazie a una struttura estremamente snella, da start-up». Oggi la squadra è composta da circa 200 persone, «in pochi anni, tra diretti e indiretti, daremo oltre mille posti di lavoro».

La battaglia di Iliad non sarà su convergenza e contenuti: la forza dell'offerta si misurerà sul prezzo e sulla qualità dell'infrastruttura. Levi giura che «stiamo sviluppando la nostra rete, anche per questo abbiamo uffici in più di 10 regioni». Ci vorranno «alcuni anni», ammette. Attraverso accordi però «possiamo già offrire una copertura pressoché totale, molto vicino al 100%, in 2G, 3G, 4G». Gli investimenti sull'Italia «nel medio termine saranno superiori al miliardo di euro», una cifra in cui sono già incluse le future aste per il 5G e gli oltre 300 milioni già spesi lo scorso anno per le frequenze. E le linee fisse? «Non escludiamo di entrare» in tale segmento, ma «in un secondo tempo: oggi la priorità è il mobile, pronti a competere anche nel 5G». —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI





Benedetto Levi, 29 anni,

REUTERS

L'IMPRENDITORE

Dalla tentazione su Telecom all'avventura italiana

Prima di buttarsi sul mercato italiano e creare il quarto operatore di telefonia mobile - seguendo la fortunata strategia «low cost» che in Francia gli ha portato con Free oltre 20 milioni di abbonati di cui 6,5 milioni per la banda larga e 13,8 milioni nella telefonia mobile - Xavier Niel, patron di Iliad, aveva fatto un pensierino su Tim. Nel 2016 aveva acquistato opzioni che gli davano una partecipazione potenziale del 15,1%. Non ne fece nulla. La Borsa non premia l'avventura italiana di Iliad, che a Parigi ha perso l'1,04%.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Processi produttivi

L'intelligenza artificiale e i suoi effetti dirompenti

In che modo l'intelligenza artificiale e altre innovazioni, come lo sviluppo della robotica, incideranno sul nostro modo di lavorare nei prossimi anni? Un quesito al quale prova a rispondere Alan Krueger, economista americano e docente alla Princeton University, che interviene sui cambiamenti in atto e sul loro effetto dirompente, tra ombre e benefici, nell'incontro "La tecnologia e il futuro del lavoro". Con l'introduzione del giornalista Marco Zatterin. 1° giugno, ore 19, Palazzo della Provincia, sala Depero - s.d.p.



Automazione

Così nell'era della robotica cambierà la faccia del capitalismo

L'avvento dell'automazione che ha portato a eliminare molti posti di lavoro. La diffusione di robot e intelligenza artificiale che promette di innescare cambiamenti radicali, con un impatto profondo sia nei Paesi sviluppati sia nei mercati emergenti e implicazioni che coinvolgono lo stesso concetto di economia. Tematiche che Adair Turner, presidente dell'Institute for New Economic Thinking e di Chubb Europe, approfondisce nella "Inet lecture – Il capitalismo nell'età dei robot".
2 giugno, ore 10, Palazzo Geremia - s.d.p.



Innovazione La manifestazione di Trento, che si apre domani, analizza pericoli e vantaggi per l'occupazione della diffusione della tecnologia

Uomini e robot la grande sfida del lavoro futuro

Secondo l'Ifr nel 2025 il valore di mercato della robotica mondiale sarà di 70 miliardi di euro

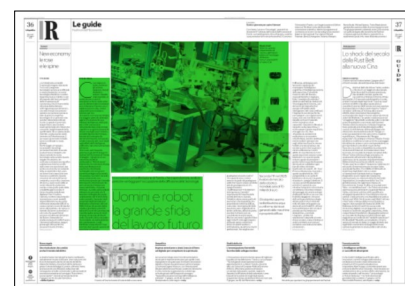
Gli obiettivi saranno redistribuzione equa e uniforme dei ricavi generati dalle macchine e proprietà diffusa

VITO DE CEGLIA

Ci accolgono in hotel, assistono gli anziani, eseguono i lavori domestici, aiutano i medici negli ospedali, ci sostituiscono in casi di emergenza e fanno molto altro ancora. Mentre tutti si chiedono se ci ruberanno il lavoro o se ci miglioreranno la vita, i robot umanoidi hanno iniziato a lavorare per noi. «Il numero non è ancora elevato, e la maggior parte dei prototipi oggi in circolazione ha una limitata intelligenza artificiale, ma i robot cresceranno velocemente dal punto di vista cognitivo e un giorno faranno le stesse cose degli esseri umani», premette Richard B. Freeman, docente di Economia alla Harvard University, conosciuto in tutto il mondo per i suoi studi sugli effetti dell'intelligenza artificiale e dei robot sul mercato del lavoro. Non a caso, sarà l'esperto americano ad aprire domani il

Festival dell'Economia di Trento (31 maggio - 3 giugno) con un intervento dal titolo emblematico: "Robot mania". Intervento che introduce il tema della manifestazione di quest'anno, focalizzata sull'impatto che avranno le nuove tecnologie nella società. Un esempio concreto? «Le auto senza conducente: una rivoluzione epocale per il mondo del trasporto. Rivoluzione che però necessita di tempo per essere realizzata», risponde Freeman. «La sfida sarà quella di ottenere nei prossimi anni il massimo vantaggio da questo cambiamento per il bene della nostra società». Secondo i dati presentati dall'International Federation of Robotics (Ifi) nel 2025 il valore di mercato della robotica mondiale sarà di 70 miliardi di euro ed è prevista una crescita media annua di robot venduti nel mondo del 15 per cento. Il punto critico, secondo l'economista, sta nella gestione del cambiamento. Come dobbiamo comportarci? Cosa dovremo fare quando saranno le macchine a lavorare e guadagnare al posto nostro? «Tra qualche anno i robot saranno in grado di guadagnare soldi che l'essere umano avrebbe potuto guadagnare per sé», spiega Freeman. «L'affermazione "Chi detiene i robot governa il mondo" rappresenterà il mantra della società del futuro. Quindi, l'obiettivo deve essere quello di assicurarci che la gestione e la proprietà dei robot sia diffusa, così come i ricavi generati dalle macchine siano redistribuiti in modo uniforme, affinché questa enorme ricchezza non sia

concentrata in poche mani». Ma che cosa sono in grado di fare oggi i robot? «Già oggi vengono utilizzati spesso come forza lavoro in ambiti sanitari o nell'industria, ma devono essere perfezionati. Per migliorarne l'efficienza, dobbiamo però lavorare in modo da far convergere l'intelligenza cognitiva e l'intelligenza motoria della macchina. È possibile riuscirci entro 10-15 anni», risponde Roberto Cingolani, fisico "prestato alla robotica", direttore dell'Istituto Italiano di Tecnologia (Iit) di Genova, uno dei centri più importanti al mondo nell'ambito delle intelligenze e dei corpi artificiali. Cingolani è uno dei pochi che può spiegare, con cognizione di causa, che cosa vuol dire e che impatto avrà per l'umanità vivere insieme ai robot umanoidi. «Quando si affronta il rapporto uomo-macchina, ci vuole sempre il giusto equilibrio, che oggi non c'è», dice. «Passiamo da momenti di esaltazione a un eccessivo catastrofismo, mentre dobbiamo essere realisti e pensare che negli ultimi vent'anni la ricerca ha fatto enormi progressi, ma escludo a priori che un giorno i robot sostituiranno i nostri affetti. Il concetto futuro è che queste macchine saranno come



telefonini: con una sim molto veloce in grado di prendere e gestire tutte le app direttamente dal cloud per soddisfare ogni tipo di nostra richiesta». Quello nato in casa Iit, - R1 - Your Personal Humanoid, risponde a queste caratteristiche. «R1 è paragonabile a una sorta di telefonino che in più è in grado di aiutarci», spiega il direttore. È un passo avanti fondamentale: perché si è passati da una robotica Formula 1 e si è arrivati a un'utilitaria. È il primo esempio del passaggio da una tecnologia

di altissimo livello a una con una fruibilità maggiore». R1 nasce dallo sviluppo delle tecnologie del più noto iCub, il robot dal volto di bimbo sviluppato una decina di anni fa dall'Iit. «R1 non ha le performance di iCub ma è pensato per le prestazioni domestiche», conclude Cingolani. «L'idea è di mantenere l'umanoide al costo di uno scooter, come prototipo si andrà sui 10mila euro per poi scendere a seconda anche della produzione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'evento

Quattro giornate per capire il domani

Con il tema "Lavoro e Tecnologia", prende il via domani la 13ª edizione del Festival dell'Economia di Trento. La manifestazione, fino al 3 giugno, vede fra i suoi promotori la Provincia Autonoma, il Comune e

l'Università di Trento, con l'organizzazione di Editori Laterza e Tito Boeri come direttore della commissione scientifica. Nutrito il programma di conferenze e incontri con tecnologi ed economisti italiani e internazionali. Fra i relatori, Richard Freeman, Barry Eichengreen, Federico Rampini,

Remo Bodei, Michael Spence. Tonia Mastrobuoni guida la discussione sui libri di economia più recenti. Tra gli appuntamenti collaterali, torna CinEconomia, con pellicole legate alle tematiche del Festival. L'ingresso agli eventi è libero e gratuito fino a esaurimento posti. Info: www.festivaleconomia.it



Quasi umani
Nella foto grande, il dipartimento di robotica dell'Istituto Italiano di Tecnologia di Genova. Sotto, l'umanoide R1 e il robot iCub



Aziende e territorio

Innovare il seme nel terreno fertile Virtù della Transfer Technology

LUIGI DELL'OLIO

Le invenzioni non bastano e nemmeno gli inventori. Nell'era del digitale, il trasferimento tecnologico assume un ruolo decisivo con la sua capacità di mettere in circolo l'innovazione dando vita a un ecosistema che porta benefici per tutti. La ricerca di base sviluppata nei laboratori universitari dialoga con i ricercatori che operano in azienda dando vita a nuove applicazioni o a startup che creano occupazione. Come dimostra l'esperienza fatta dall'azienda Bonfiglioli a Rovereto con la creazione nel 2011 della Bmr-Bonfiglioli Mechatronic Research con l'obiettivo di sviluppare la ricerca sui prodotti per l'automazione industriale. Una realtà che poi è evoluta andando a coprire tutta la filiera, che comprende l'ingegneria, la produzione e la distribuzione di componenti per l'automazione industriale. «Aspettiamo che venga completato il nuovo stabilimento perché in quello attuale ormai siamo stretti», racconta la presidente Silvia Bonfiglioli. Che spiega così la scelta di ubicare la nuova iniziativa imprenditoriale in un territorio lontano dai grandi centri urbani, che di solito sono più vicini al mondo degli investitori finanziari: «L'innovazione si fa soprattutto dove c'è un ecosistema valido», risponde. «In Trentino abbiamo trovato un sistema della formazione molto attento alle necessità delle imprese». Di "Trasferimento tecnologico e sviluppo d'impresa" si parlerà al Festival dell'Economia di Trento, nel corso di un evento organizzato da Hit-Hub Innovazione Trentino il 1° giugno alle 14.30 presso la facoltà di Giurisprudenza. Sarà l'occasione anche per fare il punto sul rapporto tra lavoratori senior e tecnologia. Una questione che va affrontata puntando sulla leva della formazione non solo all'interno delle aziende, ma anche in collaborazione con il sistema formativo dei territori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Giuseppe Laterza, editore

“Una leva straordinaria per il progresso”

«La tecnologia è il grande tema di questi tempi, dato che viene percepita come una leva straordinaria per il progresso, ma al tempo stesso come una minaccia,

soprattutto sul fronte occupazionale, dato che può portare alla sostituzione di molte delle attuali professioni, per lo meno come sono concepite oggi». L'editore Giuseppe Laterza, organizzatore, con la casa editrice, del Festival dell'Economia, presenta così lo spirito della manifestazione di quest'anno.

«Il Festival, che da sempre ha un'impronta pluralistica con l'obiettivo di stimolare il confronto, sarà l'occasione per una riflessione su quello che la tecnologia può dare all'uomo, alla nostra società e su come governarla affinché risulti uno strumento di crescita», aggiunge. - **I.d.o.**



Ugo Rossi, presidente della Provincia

“Investire soprattutto nella conoscenza”

«Un territorio senza conoscenza è come una nave senza bussola»: è l'immagine proposta da Ugo Rossi, presidente della Provincia Autonoma di Trento (nella foto). «Per

questo nel territorio investiamo oltre il 2 per cento del Pil in ricerca e un terzo del nostro bilancio nella scuola, obbligatoria fin dai tempi di Maria Teresa d'Austria. «Conoscere le lingue, ma anche i nuovi linguaggi come l'informatica o quello dei social», ricorda, «è importante per renderci liberi e non schiavi

dei nuovi mezzi di comunicazione». In questa riflessione, il Festival diventa una scommessa per ragionare su come «costruire un mondo solidale, anche nell'impegno di cercare nuove occasioni di lavoro, dato che le tecnologie travolgono gli schemi ai quali siamo abituati». - **I.d.o.**

Previsioni

Impieghi, mansioni, competenze quali subiranno maggiori trasformazioni

La diffusione crescente dell'innovazione digitale porta con sé interrogativi e timori. Quali sono i lavori che subiranno più cambiamenti in termini di mansioni e competenze? Come si articola il rischio di automazione tra i Paesi? Come evitare di diventare vittime della tecnologia? Domande affrontate da Stefano Scarpetta, direttore per l'occupazione, il lavoro e gli affari sociali presso l'Ocse, nel convegno "Chi ha paura dell'intelligenza artificiale?". 3 giugno, ore 16.30, facoltà di Giurisprudenza, aula magna - s.d.p.



Disoccupazione

Il probabile aumento se anche i lavori creativi verranno svolti dalle macchine

Nel prossimo futuro probabilmente bisognerà confrontarsi con una maggior disoccupazione, a causa della crescente diffusione delle macchine dotate di intelligenza artificiale che stanno sostituendo molti lavori creativi e manuali senza crearne di nuovi. Come gestire le potenziali implicazioni economiche e sociali? Ne parla Daniel Susskind, economista presso il Balliol College di Oxford, nel convegno "Disoccupazione tecnologica". 2 giugno, ore 14.30, Castello del Buonconsiglio, sala Marangonerie - s.d.p.



Geopolitica

Imprese americane e cinesi: braccio di ferro sul digitale per conquistare la supremazia

Le nuove tecnologie sono l'oro del ventunesimo secolo per le imprese americane e per quelle cinesi, impegnate in una guerra per sfruttare le innovazioni digitali e ottenere la supremazia in settori strategici. Lo scrittore Evgeny Morozov, con l'introduzione del giornalista Simone Pieranni, analizza le dinamiche in corso tra le due superpotenze e si interroga sul ruolo giocato dall'Europa nel convegno "Geopolitica (e geoeconomia) dell'intelligenza artificiale". 1° giugno, ore 16.30, facoltà di Giurisprudenza, aula magna - s.d.p.



Hi-tech. Chiuso round di raccolta fondi da 10 miliardi di dollari

Ant ora vale 150 miliardi \$ Il primo unicorno è cinese

VERSO MAXI-LISTING

Il ramo finanziario di Alibaba nel trimestre ha gestito pagamenti via smartphone per 2.400 miliardi di dollari Ipo nel 2019 a Wall Street

Riccardo Barlaam

■ Ant Financial, ramo finanziario di Alibaba, ha chiuso il nuovo round di fundraising. La raccolta fondi è arrivata a 10 miliardi di dollari, dopo le ultime adesioni di Carlyle Group, del fondo sovrano di Singapore Gic e del fondo pensionistico canadese Cpp. Una somma che porta la valutazione di Ant - formicasolo di nome - a 150 miliardi di dollari. Più del doppio dell'ultima stima sul valore di 60 miliardi \$, che risale al precedente round di finanziamenti dell'aprile 2016. Cifra, i 150 miliardi di dollari, che fa della fintech cinese la società hi-tech non quotata con più valore al mondo.

Ant Financial è la costola finanziaria di Alibaba. Una app scaricata da 870 milioni di persone che negli ultimi tre mesi ha gestito 2.400 miliardi di dollari di pagamenti via smartphone. Non esiste niente del genere in Occidente. «È come se un social network come Facebook avesse una banca come oggetto principale delle sue attività e ogni utente attivo vi avesse aperto un conto corrente», ha spiegato Joe Ngai, partner di McKinsey nella Greater China.

La finanziaria di Jack Ma non è solo una app per gli acquisti online e nei negozi dei cinesi attraverso Alipay, ramo societario che lo scorso anno ha generato pagamenti via mobile per 8.700 miliardi \$ secondo Bar-

clays. I pagamenti peer-to-peer rappresentano circa il 54% del fatturato della fintech cinese. Ant emette anche polizze assicurative. Presta denaro nel credito al consumo o alle Pmi attraverso la internet bank My Bank. Fornisce valutazioni sulla solvibilità dei clienti che comprano o vendono sulla piattaforma di e-commerce Alibaba attraverso il servizio Sesame Credit. Ant controlla anche Y'ue Bao, il più grande money market fund al mondo con asset gestiti per 233 miliardi di dollari (e una «bassa qualità del credito» secondo Fitch). In Cina Ant Financial ha 470 milioni di utenti attivi. Che salgono a 870 milioni se si aggiungono le fintech controllate in Indonesia, Taiwan, Thailandia e Corea del Sud.

Il prossimo passo per la finanziaria di Jack Ma dopo aver chiuso il round di fundraising tra nuovi investitori stranieri, fondi che saranno utilizzati per l'espansione all'estero, sarà quello di sbarcare in Borsa, a Wall Street, entro il 2019. Con una quotazione azionaria che si preannuncia tra le più esplosive per una società hi-tech, dai tempi dell'Ipo della capogruppo Alibaba, ormai quattro anni fa.

La valutazione di 150 miliardi di dollari di Ant, primo unicorno al mondo, per giunta cinese e non californiano, è basata su una stima di utili netti per 11,7 miliardi di dollari al 2021, secondo un report di Barclays.

Nell'ultimo anno fiscale, Ant ha riportato un utile di 1,4 miliardi \$, con un incremento che ha toccato la percentuale «monstre» del 65 per cento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Alibaba.** Il fondatore Jack Ma

Axélero sospesa in borsa per rinvio dell'ok ai conti

di Paola Valentini

Borsa italiana ieri ha sospeso dalle negoziazioni il titolo Axélero dopo che nella serata di martedì l'internet company quotata sull'Aim aveva comunicato il rinvio dell'approvazione del bilancio 2017 in quanto, «alla luce del nuovo piano in corso di elaborazione con l'assistenza di Kpmg, alcune assunzioni del progetto di bilancio 2017, redatto secondo principi di continuità, potranno eventualmente trovare conferma oppure necessitare di revisione». Il bilancio 2017 sarà approvato dal cda tra il 9 e il 13 luglio. In ogni caso, precisa Axélero, i dati per l'esercizio 2017 già comunicati su ricavi e posizione finanziaria netta restano confermati e non varieranno. Con il nuovo advisor la società individuerà i fabbisogni finanziari di breve periodo ed eventualmente i nuovi strumenti operativi e finanziari che faranno parte del nuovo piano industriale in sostituzione di quello approvato a inizio aprile scorso. In particolare, Axélero, spiega il gruppo, «ha ritenuto opportuno conferire l'incarico all'advisor Kpmg affinché possa essere svolta dapprima un'analisi ricognitiva finalizzata all'individuazione dei fabbisogni di breve periodo del gruppo e successivamente procedere alla redazione di un nuovo piano industriale che sostituisca le linee guida e gli obiettivi prefissati dal piano industriale 2018-2021, già approvate il 5 aprile scorso e redatte con il supporto di EY, che presupponevano invece l'utilizzo di strumenti operativi e finanziari di fatto non più attuali». (riproduzione riservata)



Sala convegni Regione

Se Welfare fa rima con innovazione

Sala convegni della Regione Puglia, via Gentile 52
Alle 9; ingresso libero

Focus su Welfare aziendale e innovazione organizzativa, dalle 9, nella sede della Regione, curato da Commissione Pari Opportunità e Inps. Tra i progetti in esame lo Smart working dell'Agenzia delle entrate. Modera Attilio Romita, caporedattore Tgr Rai Puglia.



Lusso, italiani campioni di digitale

Gucci, Valentino, Fendi, D&G e Zegna dominano la top 10 di Contactlab

Camurati
in MFF

Ricerche

I luxury brand italiani in cima all'innovazione digitale

Gucci, Valentino, Fendi, Dolce&Gabbana e Zegna dominano la top 10 stilata da Contactlab assieme a Exane Bnp Paribas per l'anno 2018. **Federica Camurati**

I brand italiani del lusso scalano la classifica della *Digital competitive map 2018*. La sesta edizione della ricerca realizzata da **Contactlab**, azienda specializzata in soluzioni di digital marketing multicanale, ed **Exane Bnp Paribas**, il ramo del gruppo bancario francese dedicato agli investimenti finanziari, allo scopo di misurare il livello di cross-canalità e digitalizzazione dell'offerta di marchi di moda e lusso internazionali, ha coinvolto 34 griffe, due in più rispetto all'edizione 2017 grazie all'ingresso di **Chloé** e **Miu miu**. Tenendo conto di 19 criteri e analizzando 178 parametri sugli assi dello strategic reach a livello globale e della customer experience, emerge come **Burberry** sia stato raggiunto da **Gucci** che ha conquistato la leadership digitale. A seguire in classifica, **Valentino**, **Louis Vuitton**, **Fendi** e **Cartier**. Risulta ormai chiaro come i luxury brand italiani siano riusciti a coronare il lungo percorso verso la digitalizzazione, arrivando a offrire un'esperienza sempre più personalizzata e recuperando competitività a livello mondiale. Se fino allo scorso anno, infatti, vi erano solo Gucci e Fendi a distinguersi per una strategia di innovazione digitale qualitativamente efficace, attualmente altre quattro case di moda hanno raggiunto le posizioni di vertice nella top 10, ovvero **Valentino**, **Ermenegildo Zegna**, **Bulgari** e **Bottega veneta**. Ciononostante, il raggiungimento di buoni risultati nell'ambito dell'architettura e dell'efficacia dei siti web, l'apertura di canali e-commerce diretti e indiretti, il sistema di marketing diretto via email e la localizzazione dei social, non esclude la necessità di migliorare le performance nei settori delle opzioni di consegna, dei servizi di cross-canalità, dei metodi di pagamento online, di estensione delle categorie di prodotto sul web e della condivisione social sui

nuovi canali di messaggistica evoluta come Wechat e WhatsApp. Sulla base della digital strategic reach, l'asse delle ordinate, si nota come Burberry mantiene la leadership, incalzato da Gucci, mentre **Dolce&Gabbana** si è attestato al terzo posto grazie a un efficace sviluppo della strategia social a livello globale, in particolare su Instagram e perfino sul russo Vkontakte. Sull'asse delle ascisse, invece, sono Gucci e Louis Vuitton a guidare la classifica dei marchi che offrono la migliore digital customer experience, mentre Burberry e Cartier si posizionano al secondo e terzo posto. In generale, da tale analisi emerge come i brand italiani ricoprono quest'anno le posizioni più alte della classifica rispetto all'edizione 2017. Ottimi risultati anche per **Prada**, che ha superato **Hermès**, **Dior** e **Chanel** guidando la categoria degli importantissimi servizi cross-channel, in cui si sono distinti anche Zegna e Valentino. «Il passaggio all'omnicanalità è uno degli aspetti su cui hanno maggiormente lavorato i brand che hanno fatto più passi in avanti nella classifica globale, mostrando uno sforzo logistico non indifferente», ha dichiarato **Marco Pozzi**, senior advisor di Contactlab. «Tuttavia l'approccio omnicannale deve coinvolgere tutti i livelli del business, ponendosi come modalità operativa anche nella relazione con il cliente attraverso le strategie di marketing sino a un livello individuale». (riproduzione riservata)



Una sfilata di Dolce&Gabbana



Tlc. Sul tavolo la richiesta di limitare i ribassi dei prezzi all'ingrosso e la separazione della rete Telecom

Open Fiber: «Nuove regole per la fibra»

Tutela per la concorrenza infrastrutturale: Bassanini e Ripa in Agcom

IL PROJECT FINANCING

A giugnere la Bei dovrebbe esaminare la partecipazione al finanziamento da 3,5 miliardi consentendo anche l'intervento della Cdp

Antonella Olivieri

■ Se la concorrenza infrastrutturale sia economicamente sostenibile nel campo delle tlc - in una realtà come quella italiana che non ha un pregresso di operatori via cavo, ma un nuovo sfidante sulla tecnologia più evoluta dell'Ftth - è un dubbio che non è ancora stato sciolto. Ma Open Fiber è convinta ci sia spazio per il suo piano che è realizzabile anche senza una copertura al 100% del territorio. Per questo però vuole chiarezza regolamentare e soprattutto assicurarsi che il comportamento dell'incumbent non sconfini nel dumping. Una delegazione della joint Enel-Cdp per la fibra, guidata dal presidente Franco Bassanini e dall'ad Elisabetta Ripa, si è recata perciò ieri in Agcom per confrontarsi con consiglieri e uffici dell'Authority presieduta da Angelo Marcello Cardani che sul tavolo ha anche il dossier della separazione della rete presentato da Telecom.

Open Fiber sta arrivando alla fine del processo di strutturazione del projet financing da 3,5 miliardi. Mancasolo la decisione della Bei, che dovrebbe avere in agenda al prossimo consiglio di inizio giugno (con riconferma a luglio) la partecipazione al finanziamento che abiliterebbe anche Cdp a intervenire come lender. Il projet financing sarebbe diretto dalle tre banche che hanno fornito il prestito-ponte da 500 milioni -

e cioè SocGen, Bnp-Paribas e UniCredit - e dalle due istituzioni finanziarie, con una quota diretta, ciascuna, intorno ai 300-350 milioni e il resto da sindacare con una decina di altri istituti. Ovviamente le banche, soprattutto nella fase di organizzazione del pool creditizio, avrebbero bisogno di maggiori certezze sul piano regolamentare. In un contesto nel quale, secondo Open Fiber, il modello concorrenziale attuale, centrato sul mobile e sul ribasso costante dei prezzi, non tiene conto della "novità" dell'ingrosso sul mercato di un operatore wholesale che, di fatto, è ancora in fase di start-up.

Lo sfidante della fibra non si sente rassicurato dal progetto di separazione della rete Telecom che, dal suo punto di vista, non cambia il contesto concorrenziale. Un ripensamento del modello di mercato perciò - è stato argomentato anche in sede Agcom - non può essere legato alla tempistica ancora indefinita di un progetto che l'incumbent potrebbe ancora lasciar cadere, come era successo cinque anni fa quando l'Authority delle comunicazioni aveva risposto che eventuali benefici regolamentari sarebbero stati valutati solo ex post, a separazione realizzata. Per questo - è la richiesta dell'operatore infrastrutturale - sarebbe opportuno concludere l'analisi di mercato in corso indipendentemente dal percorso della societizzazione della rete Telecom.

Nel frattempo ci sono questioni aperte, più spicciole ma non meno importanti per Open Fiber, sulle quali l'operatore ha sollecitato una presa di posizione dell'Agcom. Già nel

marzo dello scorso anno - sotto la guida di Flavio Cattaneo - Telecom aveva comunicato il ribasso del prezzo all'ingrosso della fibra Ftth (Fiber to the home) da 23 euro a 15 euro, che l'Authority non ha ancora approvato, ma che ha messo in difficoltà il concorrente non verticalmente integrato ad allinearsi sullo sconto, considerato che le supposte sinergie con la sostituzione dei contatori Enel non sono materializzate e che i "volumi" dello sfidante non sono ancora minimamente confrontabili con quelli dell'incumbent. Per quanto possa sembrare paradossale, l'auspicio di Open Fiber è che la riduzione dei prezzi dell'ex monopolista non venga accettata. Altro tema riguarda gli sconti pluriennali per i grandi clienti all'ingrosso che non sono replicabili in questa fase per un operatore che sta ancora costruendo la sua rete. E, infine, c'è la tematica del "bollino" di qualità per le diverse declinazioni della connessione veloce che - pur essendo stata messa in consultazione - finora è rimasta lettera morta.

L'Authority ha preso atto delle istanze, promettendo - a quanto pare - che qualcosa cambierà già nelle prossime settimane. Al consiglio del 6 giugno, intanto, dovrebbe approdare sul tavolo il dossier della separazione della rete Telecom.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Razzante, i media e le priorità future

IL LIBRO

Affrontare le sfide dell'informazione digitale e dei contenuti in rete: è il tema dal quale prende le mosse il volume "L'informazione che vorrei. La rete, le sfide attuali, le priorità future" (ed. Franco Angeli), a cura di **Ruben Razzante**, presentato in una tavola rotonda insieme ad alcune delle personalità del mondo dei media e dell'editoria che hanno partecipato con un loro saggio, tra cui il presidente di Confindustria Radio Tv **Franco Siddi**, il presidente di Confindustria Digitale **Elio Catania**, insieme al curatore e al presidente dell'Autorità Garante per la protezione dei dati personali **Antonello Soro**.

«La vicenda di Cambridge Analytica è la punta di un iceberg che ha indicato come la profilazione dei dati si può spostare dall'ambito commerciale a quello politico - dice Soro - che produce un orientamento nei confronti di una singola persona». L'Italia paga un ritardo strutturale sul digitale, come afferma Elio Catania, e il rischio è quello di non riuscire a godere dei benefici che potrebbero derivare da questa trasformazione a causa di una mancanza di leadership: «In Francia, Macron ha parlato chiaramente di Intelligenza Artificiale e del suo valore strategico politico per l'Europa. È stato un messaggio fortissimo».

Bruxelles è tirata in causa anche da Franco Siddi, in particolar modo per quanto riguarda una politiche comunitarie ad hoc: «Il Grande Fratello esiste. Le istituzioni rappresentative sono chiamate a un rinnovato impegno a un investimento verso uno sviluppo della conoscenza». I lavori sono stati chiusi dal curatore del libro, Ruben Razzante: «Abbiamo inteso fissare paletti invalicabili per evitare l'anarchia e il dominio dell'algoritmo sulle nostre vite digitali e per un nuovo umanesimo digitale fatto di valori, regole, codici deontologici e opportunità».

Alessandro Di Liegro



Sopra
Franco Siddi,
Elio Catania,
Fabrizio Carotti,
Antonello Soro
e Ruben Razzante
A fianco
l'intervento
dell'autore

(foto: TOIATI/RIZZO)

