

## Rassegna del 04/04/2019

\*\*\*

<b>Sole 24 Ore</b>	<b>8</b> Amazon punta al Sud. Nasce un centro a Napoli	...	<b>1</b>
<b>Mattino</b>	<b>12</b> La Silicon Valley di Napoli: arriva anche la Tim - «Napoli valley», arriva anche la Tim	Capone Mariagiovanna	<b>2</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>33</b> Shopping online, dati al fisco	Stroppa Valerio	<b>4</b>
<b>Sole 24 Ore nòva.tech</b>	<b>27</b> I pagamenti digitali si trasformano in valore economico per la PA	Soldavini Pierangelo	<b>5</b>
<b>Sole 24 Ore nòva.tech</b>	<b>27</b> Per il futuro obiettivi definiti (ma molte incertezze)	Longo Alessandro	<b>7</b>
<b>Libero Quotidiano</b>	<b>21</b> La tecnologia non risolverà i nodi del credito	...	<b>8</b>
<b>Sole 24 Ore nòva.tech</b>	<b>26</b> Contaminazioni - Notizie, serie tv e games, la guerra delle esclusive	Tremolada Luca	<b>9</b>
<b>Corriere della Sera 7</b>	<b>7</b> Outside the box - La tv ai tempi di Apple e Google somiglia sempre più a una biblioteca	Grasso Aldo	<b>10</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>9</b> Musica in crescita con streaming e trap	Prisco Francesco	<b>11</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>19</b> Fapav: rischi nella pirateria ma gli utenti non lo sanno	...	<b>13</b>
<b>MF Fashion</b>	<b>2</b> Il futuro della bellezza spazia tra Cina e fondi	Gibellino Fabio	<b>14</b>
<b>Mf</b>	<b>13</b> Bnp lancia derivato per investire nelle prossime Uber	Bertolino Francesco	<b>15</b>
<b>Mf</b>	<b>13</b> Ecco i 15 unicorni che puntano Wall Street - In arrivo 15 unicorni a Wall Street	Corvi Ester	<b>16</b>
<b>Sole 24 Ore nòva.tech</b>	<b>26</b> È l'ora dell'Internet delle cose, bassi consumi e low-cost - È l'ora dell'Internet of things a bassi consumi e low-cost	Maccaferri Alessia	<b>17</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>25</b> Manager digitali, un tetto alle società di consulenza	Bartoloni Marzio	<b>19</b>
<b>Corriere della Sera 7</b>	<b>44</b> Sulla Rete nessuno è al sicuro (neanche tu)	Severgnini Chiara	<b>21</b>
<b>Repubblica</b>	<b>21</b> La grande manipolazione che trasforma i nostri like in voti	Foschini Giuliano - Tonacci Fabio	<b>27</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>9</b> Editoria La svolta di Zuckerberg: «Pagheremo le news di qualità» - Facebook pagherà le news di qualità	Salvioli Luca	<b>29</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>8</b> Il Governo studia ammortizzatori per i call center	Biondi Andrea	<b>31</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>11</b> Tim Brasil volta pagina: Labriola ceo al posto dell'ad voluto da Genish	Olivieri Antonella	<b>32</b>
<b>Foglio</b>	<b>3</b> Editoriale - La terza via sul 5G	...	<b>33</b>

**E-COMMERCE**

## Amazon punta al Sud Nasce un centro a Napoli

Ieri Amazon ha presentato il suo primo deposito di smistamento nel Mezzogiorno. Sorge nel comune di Arzano, a pochi chilometri da Napoli, si sviluppa su una superficie coperta di 13mila metri quadri e una volta operativo porterà alla creazione di una trentina di posti di lavoro a tempo indeterminato. Più significative le ricadute sull'indotto perché si prevede che i fornitori di servizi di consegna assumeranno oltre 150 autisti a tempo indeterminato. Il vice premier Luigi Di Maio ha sottolineato che «la sfida che ci poniamo come Governo è di rendere attrattive quelle aree del Paese che fino ad oggi sono state poco coinvolte nel processo di trasformazione digitale in atto».



## Il Sud che funziona La Silicon Valley di Napoli: arriva anche la Tim

**Mariagiovanna Capone**

**T**im Wcap apre a Napoli, in partnership con Cisco Italia e università Federico II. Il centro ha una grande ambizione: diventare punto di riferimento per il rilancio dell'innovazione di tutto il Sud Italia. Un polo strategico dedicato all'open

innovation, dove Cisco Italia ha un ruolo fondamentale poiché servirà a sperimentare nuove soluzioni in ambito Industry 4.0, Cyber Security e Smart City anche attraverso la nuova rete 5G. Ovvero i caposaldi dell'economia digitale del futuro.

A pag. 12

# «Napoli valley», arriva anche la Tim

► Nel polo della Federico II a San Giovanni a Teduccio il polo per sviluppare le soluzioni software per il 5G

► Sarà il luogo dove la società sosterrà la nascita e la crescita di nuove start up per l'Industria 4.0 e la Cyber security

### I LABORATORI IN PARTNERSHIP CON LA CISCO E L'UNIVERSITÀ NELL'EDIFICIO CHE OSPITA APPLE

#### IL PROGETTO

**Mariagiovanna Capone**

Da lunedì sarà una realtà. Tim WCAP apre a Napoli, in partnership con Cisco Italia e Università degli Studi Federico II. Il centro ha una grande ambizione: diventare punto di riferimento per il rilancio dell'innovazione di tutto il Sud Italia. Un polo strategico dedicato all'open innovation, dove Cisco Italia ha un ruolo fondamentale poiché servirà a sperimentare nuove soluzioni in ambito Industry 4.0, Cyber Security e Smart City anche attraverso la nuova rete 5G. Ovvero i caposaldi dell'economia digitale del futuro. A illustrarne i contenuti lunedì saranno il presidente della Regione Campania, Vincenzo De Luca, il rettore Gaetano Manfredi, l'amministratore delegato Cisco Italia, Agostino Santoni, e l'amministratore delegato di Tim, Luigi Gubitosi. Sede scelta per Tim WCAP è il Polo tecnologico di San Giovanni a Teduccio, nello stesso edificio che ospita Apple Developer Academy, Cisco Academy, Digma, l'Academy creata con la multinazionale Deloitte, Fs Mobility Academy.

#### COSA FARÀ

La missione di Tim WCAP Napoli è racchiusa nel binomio innovation & digitalization, ossia innovazione e sviluppo delle competenze digitali. A disposizione di startup, pmi innovative e studenti (per i migliori di loro si assegneranno borse di studio) saranno offerte piattaforme e asset tecnologici, per sviluppare applicazioni e soluzioni digitali. Per quanto riguarda, invece, la promozione dell'imprenditorialità, ci saranno iniziative dedicate alle startup sia early stage (la fase iniziale d'investimento nella vita di un'impresa) che ready-to-market (pronti per il mercato) con particolare attenzione ai settori della Cyber Security, Industry 4.0, Multi Cloud, wi-fi community. Obiettivo della nuova struttura è quello di accelerare la trasformazione digitale del Sud Italia, selezionando e sviluppando nuove idee, progetti e soluzioni innovative emergenti, avvalendosi anche della collaborazione di Campania NewSteel, in particolare per la realizzazione dei percorsi di accelerazione e per l'attivazione di azioni di disseminazione sul territorio finalizzate al rafforzamento dell'ecosistema startup. In questo contesto, l'innovation hub realizzato con Cisco Italia, metterà a disposizione connettività, piattaforme e asset tecnologici che le startup potranno utilizzare per progettare e testare soluzioni innovative. Sarà il luogo di sintesi tra la glo-

bal innovation prodotta dalle grandi aziende internazionali e la local innovation generata dalla creatività delle startup locali. Player industriali, settore pubblico, startup, enti di ricerca pubblici e privati saranno coinvolti nella concreta realizzazione di progetti avanzati che miglioreranno la vita di tutti. Attraverso queste esperienze crescerà un ecosistema di attori (aziende, sviluppatori, fornitori) pronti a supportare lo sviluppo economico del Sud Italia.

#### MIGLIORARE IL FUTURO

Il nuovo polo di Napoli dedicato all'open innovation si aggiunge a quelli di Milano, Bologna, Roma e Catania. Ma a differenza di questi avrà come punto di forza le partnership con Cisco Italia e l'Università Federico II, ossia diventa open collaboration dove diventano protagonisti pubblica amministrazione, Università, grandi aziende, pmi e startup affinché siano trovate soluzioni tecnologiche all'avanguardia che possono migliorare le condizioni di vita dei cittadini in vari ambiti privati e sociali, dalla salute, alla sicurezza, al trasporto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**EX CIRIO**  
La sede  
di San Giovanni  
a Teduccio  
polo scientifico  
della Federico II  
che ospita  
già la Apple  
Academy



## COMUNICAZIONE PERIODICA PER LE VENDITE DEI BENI

## Shopping online, dati al fisco

Arriva l'obbligo di comunicazione periodica al fisco delle vendite di beni tramite piattaforme digitali. I soggetti che gestiscono i mercati virtuali dovranno rendicontare ogni tre mesi per ciascun fornitore il numero totale dei beni venduti in Italia, con i relativi prezzi. Prima scadenza fissata nel mese di luglio 2019. Sempre in tema di vendite a distanza, ma solo quelle di dispositivi elettronici, slittano al 2021 le nuove regole introdotte dalla legge n. 12/2019, che considerano come soggetto passivo che acquista e rivende i beni il «facilitatore» della transazione (ossia chi mette a disposizione la piattaforma online a beneficio di terzi). È quanto prevede la bozza di decreto crescita, oggi all'esame del consiglio dei ministri.

L'intervento antifrode è volto a favorire la compliance in materia di Iva sul commercio elettronico. In tale ottica, l'articolo 11-bis del dl n. 135/2018, convertito nella legge n. 12/2019, ha attribuito alle piattaforme digitali che facilitano le vendite a distanza di telefoni cellulari, tablet e computer il ruolo di soggetti che comprano e rivendono i beni al consumatore finale. Tali soggetti, meno numerosi e fiscalmente più affidabili dei singoli venditori terzi che si avvalgono delle piattaforme, saranno chiamati quindi ad assolvere l'Iva mediante reverse charge.

Così facendo il governo ha anticipato in parte il recepimento della direttiva Ue 2017/2455. Ora però, tenuto conto «della necessità di procedere al completo recepimento della direttiva», l'efficacia delle regole appena introdotte che attribuiscono alle piattaforme digitali il ruolo di soggetti passivi Iva per le vendite a distanza che esse contribuiscono a facilitare viene differita al 1° gennaio 2021.

Nel frattempo, con decorrenza immediata, il decreto introduce un nuovo obbligo di comunicazione periodica delle operazioni. L'adempimento riguarda tutte le vendite a distanza e quindi non più soltanto quelle di cellulari, tablet e computer.

Il soggetto che tramite la propria interfaccia elettronica «facilita» le transazioni dovrà trasmettere all'Agenzia delle entrate i dati delle

operazioni. Le modalità attuative saranno definite con un provvedimento della stessa amministrazione finanziaria. La comunicazione dovrà contenere, per ciascun fornitore, la denominazione, la residenza o il domicilio, l'indirizzo di posta elettronica, il numero totale delle unità vendute in Italia e il valore delle vendite. Quest'ultimo importo potrà essere espresso come ammontare totale dei corrispettivi oppure come prezzo medio di vendita. L'obbligo informativo è richiesto con cadenza trimestrale e riguarderà le vendite sia di beni importati sia di beni che si trovano all'interno dell'Ue. La bozza di dl stabilisce che il primo invio dei dati dovrà essere effettuato entro il prossimo mese di luglio.

Per rendere maggiormente incisivo l'onere informativo, viene previsto che il soggetto passivo sarà automaticamente responsabile dell'Iva dovuta sulle vendite a distanza per le quali non abbia inviato, o abbia trasmesso in modo incompleto, i dati richiesti presenti sulla piattaforma, qualora non dimostri che l'imposta è stata assolta dal fornitore.

Per le vendite online di dispositivi elettronici effettuate tra il 13 febbraio 2019, data di entrata in vigore della legge n. 12/2019, e il giorno di entrata in vigore del decreto crescita le piattaforme saranno tenute all'invio dei relativi dati nel mese di luglio 2019. L'obbligo di comunicazione periodica verrà meno il 31 dicembre 2020. Nel biennio 2019-2020, secondo le stime del Mef, l'adempimento dovrebbe consentire un recupero di 102 milioni di euro, a fronte dei 158 milioni inizialmente ascritti alla norma contenuta nella legge n. 12/2019.

**Valerio Stroppa**

— © Riproduzione riservata — ■



**Il sistema pagoPA.** Velocità di riscossione, minori spese, riduzione degli errori: l'adozione generalizzata per Tari e multe in tutta Italia porterebbe benefici per 375 milioni di euro l'anno. Milano è un modello virtuoso

# I pagamenti digitali si trasformano in valore economico per la PA

## 8%

### IL TRAINO DI MILANO

Il Comune di Milano è il terzo incassatore su pagoPA con 1,2 milioni di transazioni, l'8% del totale tra gennaio 2017 e novembre 2018. Per la Tari ha incassato 412 milioni di euro, il 19% del totale su pagoPA

**Pierangelo Soldavini**

# A

Gallarate, in provincia di Varese, da due anni a questa parte il comune applica uno sconto di 10 euro ai cittadini che pagano la Tari in modalità digitale tramite pagoPA. Per ora è un caso isolato. Ma in tutta Italia emergono i vantaggi concreti dall'adozione della piattaforma unica per i pagamenti alla Pubblica amministrazione, come dimostrano gli esempi dei comuni più virtuosi, a partire da Milano. Vantaggi in termini di tempo risparmiato, di minori commissioni grazie alla scelta dell'opzione più conveniente e alla riduzione delle spese di notifica che possono essere quantificati: lo hanno fatto Community Cashless Society e The European House Ambrosetti nello studio "Cashless Revolution" che viene presentato oggi a Cernobbio, stimando un impatto di "almeno" 375 milioni di euro l'anno. Ma è solo una stima parziale, frutto della quantificazione dei benefici

derivanti dall'adozione generalizzata dei pagamenti legati solo a due servizi, per quanto consistenti, la Tari e le multe. Per la tassa comunale sui rifiuti viene stimato un vantaggio di 164 milioni di euro, mentre le multe valgono altri 211 milioni.

Ma le ambizioni di pagoPA non si fermano qui: le valutazioni empiriche sull'allargamento generalizzato a tutti i comparti e a tutte le amministrazioni fanno sperare in una ricaduta complessiva superiore al miliardo di euro l'anno. «Il 2019 è stato l'anno di svolta per pagoPA, in cui gli sforzi fatti si sono concretizzati in risultati effettivi - commenta Giuseppe Virgone, responsabile pagamenti del Team digitale -: le singole amministrazioni hanno raggiunto una crescente consapevolezza del fatto che la piattaforma risolve i problemi e permette benefici concreti, come dimostra lo studio di Ambrosetti. Contiamo di arrivare a 40-50 milioni di transazioni per fine anno grazie all'allargamento dei servizi esposti dalle pubbliche amministrazioni centrali e da tutti i comuni più piccoli». Già nei primi tre mesi del 2019 si sono raggiunti i 13 milioni di transazioni dell'intero anno scorso.

A dir la verità solo un quinto degli oltre 17mila enti aderenti a pagoPA sono effettivamente attivi. A convincerli potrà essere l'esempio dei comuni più virtuosi, come Milano: il capoluogo lombardo è il terzo incassatore su pagoPA, dietro solo ad Aci e Agenzia delle Entrate, con l'8% delle transazioni totali sulla piattaforma (ma il 19% del valore incassato per la Tari). In soli due mesi di ampliamento alle multe sono stati incassati oltre 10 milioni di euro.

«PagoPA si è dimostrato una straordinaria abilitatore per avvicinare la comunità al digitale e alla Pubblica amministrazione in generale - spiega Roberta Cocco, assessore alla Trasformazione digitale di Milano -: la semplificazione dei processi si trasforma in un'occasione unica per abituare i cittadini a interagire con il digitale. Ma permette allo stesso tempo di eliminare le barriere verso una PA vista come chiusa e arroccata dietro la burocrazia, aprendo un dialogo diretto con i singoli».

Il processo di digitalizzazione passa necessariamente per «un lavoro di rivisitazione totale dei processi in chiave di semplificazione ed efficienza e per l'accesso in mobilità a tutti i servizi disponibili - spiega Cocco, che lavora in coordinamento con il Team digitale -. Ma anche attraverso un progetto ampio di educazione al digitale per tutte le fasce d'età, in modo da renderlo un modello inclusivo».

Il piano d'azione della Community Cashless Society prevede che entro il 2025 la PA sia obbligata a non accettare più pagamenti in contante. Diventa quindi sempre più urgente indurre un «effetto imitativo virtuoso» di modelli d'eccellenza come Milano, attraverso un coordinamento e una condivisione di progetti e piattaforme. In quest'ottica è stato avviato un progetto per creare una rete di città e territori "cashless friendly" in Italia. A partire da Firenze che promuove «una strategia d'azione sistemica», coinvolgendo oltre 90 rappresentanti del territorio su quattro tavoli di lavoro (trasporti, commercio, turismo e sanità) per arrivare a un'"esperienza cashless" per cittadini e turisti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Modelli virtuosi di efficienza per la Pubblica amministrazione

Benefici attivabili da pagoPA e i Key Performance Indicator (KPI) per misurare i benefici di PagoPa per le pubbliche amministrazioni e per i cittadini



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2019

## Il piano triennale dell'Agid

## Per il futuro obiettivi definiti (ma molte incertezze)

Alessandro Longo

**P**iù concretezza, indicazioni più prescrittive, con un'attenzione maggiore per i soggetti che devono fare la trasformazione digitale. Sono queste le caratteristiche, pragmatiche e operative, che stanno facendo apprezzare – a esperti e addetti ai lavori – il nuovo piano triennale Ict per la Pubblica amministrazione 2019-2021, pubblicato di recente a cura dell'Agenzia per l'Italia Digitale (con la collaborazione del Team Digitale). Un piano a cui è affidato il futuro digitale della PA, con i suoi circa 5 miliardi di euro di spesa pubblica Ict annuali.

Sono anche le caratteristiche ideali che più lo distinguono dal precedente piano. Un passo avanti, quindi, minato però dagli stessi problemi che gravavano in passato: scarse risorse per attuare la trasformazione, per coordinare le PA, come si sono lamentati con forza nei giorni scorsi in audizione alla Camera gli stessi Teresa Alvaro e Luca Attias, a capo rispettivamente dell'Agenzia e del Team, e confusione nella governance complessiva di questo processo (prima di tutto, nei rapporti tra le queste due strutture).

Il problema è che i nodi, a distanza di tre anni dal precedente piano, appaiono più gravi nelle conseguenze. E questo perché fanno accumulare ritardi in una trasformazione digitale della PA che è sempre più urgente (per sostenere la crescita dell'Italia). Gli indici Desi (della Commissione Ue) continuano a ricordarcelo, come anche una ricerca di Salesforce e Fpa che sarà presentata oggi, secondo cui le PA sono in ritardo soprattutto nell'adozione degli strumenti più utili per comunicare in modo efficace con il pubblico, quelli digitali (in particolare quelli "innovativi" come *live chat*, messaggistica, *chat bot*), ma anche nell'uso di Crm; intanto resta diffuso il fax (soprattutto nelle Asl).

Il tutto è confermato dalle (ulteriori) proroghe delle scadenze, indicate nel piano, per i tre macro progetti: Anpr (Anagrafe Unica), PagoPA e Spid. Per le prime due è stato spostato a di-

cembre 2019 l'obbligo delle PA ad aderire. Per il terzo l'obbligo sarebbe già scaduto l'anno scorso e ora vive in un limbo (come segnalato da molti esperti, come Giovanni Manca, consulente di diversi governi) in cui le adesioni di utenti e PA crescono piano, non c'è chiarezza se gli *identity provider* continueranno ad appoggiarlo (in perdita economica, per quanto sia in arrivo per loro un piccolo risarcimento con fondi Mef), mentre la nuova carta di identità elettronica si appresta a diventare uno strumento di accesso analogo in gran parte a Spid (lo stesso piano dà tempo sino a dicembre 2019 alle PA per adottarla sui propri servizi digitali).

Qualche incertezza mina anche il progetto più riuscito finora, PagoPA (come segnalato anche da Michele Benedetti, degli Osservatori del Politecnico di Milano): non è chiaro ancora come agirà la nuova società che gestirà il progetto, dove dovrebbe confluire dal 2020 l'attuale Team Digitale. Confusione anche sulla sorte dei datacenter pubblici, dove a marzo l'Agenzia e il Team Digitale hanno presentato due diversi piani di riordino.

Tutto questo oscura i tanti aspetti positivi del piano, come l'attenzione a strumenti di collaborazione tra le parti, al *project management*. E alcune novità concrete come le (future) linee guida per l'uso della blockchain in Italia e l'app Io del Team (per gestire tutti i rapporti del cittadino con la PA). Questa tuttavia si affaccerà al pubblico solo nel 2020 (entro settembre 2020 qui le coinvolte veicolano almeno 50 servizi centrali e locali, si legge nel piano), quando per legge non ci sarà più il Team e il suo commissario, ma le sue funzioni confluiranno in una nuova struttura alla presidenza del consiglio (altra incertezza). Come riassume Carlo Mochi, presidente di Fpa e da 30anni osservatore di questi fenomeni: «Bene che il nuovo piano sia più prescrittivo e pragmatico, ma gli eterni problemi (risorse e governance) rischiano di rendere inattuate le sue norme».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## L'ALLARME DELLA FABI

## La tecnologia non risolverà i nodi del credito

■ I bancari non ci stanno a farsi sostituire dall'intelligenza artificiale. «Se qualcuno pensa che il *fintech* porterà all'eliminazione dei problemi, come migliorare la qualità del credito o ridurre le sofferenze, si sbaglia, perché nella realtà peggiorerà la situazione. È la mucca da mungere perché la banca che utilizza sistemi tecnologici avanzati ottiene più profitti nella valutazione del merito di credito e nell'erogazione di mutui, ma non se ne servirà al momento giusto». Così il segretario generale della Fabi, Lando Maria Sileoni, durante *Contratto on the road*, l'evento che ha riunito a Milano oltre 600 rappresentanti sindacali e dirigenti Fabi della Lombardia.

«Non vogliamo passare alla storia - ha aggiunto Sileoni - come quelli che hanno avviato il declino contrattuale e politico della categoria». Le trattative sul nuovo contratto dei bancari sono «nelle fasi iniziali, con il coinvolgimento dei dirigenti di base», ha precisato il segretario della Fabi, «quindi procederemo unitariamente per cercare di presentare la piattaforma entro maggio e far partire le trattative entro giugno». Le banche, rappresentate dall'Abi, «stanno aspettando che presentiamo la piattaforma».



## CONTAMINAZIONI

## PIATTAFORME

## Notizie, serie tv e games, la guerra delle esclusive

Immaginiamo di essere a fine 2019. Apple News Plus è arrivata in Italia, magari c'è anche Facebook sul segmento. Ed è iniziata quella che i giornali hanno definito la guerra dello streaming con Apple, Amazon, Google (i soliti), Comcast (Sky), Spotify e Netflix a contendersi la nostra attenzione. Non parliamo solo di notizie ma di intrattenimento e quindi serie tv, film, musica e games. I produttori di contenuti, gli artisti, gli editori di videogiochi e di giornali non saranno più chiamati a scegliere la piattaforma di distribuzione più grande ma quella con la tecnologia migliore, capace di rimanere in contatto con il proprio pubblico.

Non sappiamo naturalmente chi vincerà ma possiamo prevedere che sarà un confronto dove a fare la differenza saranno la qualità delle esclusive. Non avranno tutto tutti. Se così fosse, avrebbe gioco facile chi possiede gli ecosistemi di servizi e prodotti più coerente e completo. Se così non fosse, noi consumatori saremmo costretti a incastrare le nostre passioni dentro a quelle piattaforme. Per il calcio, il Trono di Spade, tutta la musica e videogiochi tripla A quanti abbonamenti dovrò pagare?

— **Luca Tremolada**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### Trono di spade.

Serie televisiva  
americana  
di culto



OUTSIDE  
THE  
BOX



Aldo Grasso



## La tv ai tempi di Apple e Google somiglia sempre più a una biblioteca

**È cambiato il modo in cui guardiamo la televisione: non più (solo) telecomando e zapping, ma applicazioni, siti web, nuovi modi di produrla. Sostenibili economicamente? Forse. Certo rivoluzionari**

**LA TV E IL NOSTRO** modo di guardarla stanno attraversando un periodo di grande cambiamento. Il totem che per molti anni ha rappresentato il punto focale delle nostre case si sta piano piano smaterializzando e ibridando con nuovi mezzi di comunicazione, con internet e le nuove piattaforme digitali.

Per oltre mezzo secolo, la tv ha avuto una sua precisa collocazione e ha alimentato un'esperienza tanto diffusa quanto condivisa per lo spettatore, riassumibile nella semplice espressione del «guardare la tv». Lo scenario attuale di trasformazione e convergenza tecnologica ha comportato anche **una mutazione nell'identità del telespettatore, oggi virtualmente chiamato a dare vita a un'eterogeneità di pratiche e modalità di visione differenti.** L'immagine del nuovo spettatore della "multitelevisione" appare oggi ancora sfuggente perché il vecchio e il nuovo coesistono, si intrecciano e si intessono l'un l'altro, sono ugualmente protagonisti.

**PER PRIMA COSA,** non dobbiamo cedere all'ingenuità della retorica secondo cui «la tv non esiste più», si è trasformata in qualcosa di radicalmente diverso e totalmente nuovo, è stata inevitabilmente surclassata da altri mezzi di comunicazione più personali e leggeri (come tutti quelli che si appoggiano al web come piattaforma distributiva). **In realtà, la tv sopravvive sebbene il suo statuto sia attraversato da fenomeni di innovazione e cambiamento.** Senza troppo entrare in un discorso tecnico, sul mercato si confrontano ora non

tanto i singoli canali, quanto le piattaforme di offerta, entità complesse in cui si incrociano tecnologia, modelli di business, modi di organizzare i contenuti televisivi.

**NON A CASO DUE COLOSSI** come Apple e Google si stanno trasformando in media company, con lo scopo ben preciso di *linkare* sempre più le loro tecnologie con i contenuti audiovisivi. L'apparato può essere immaginato come un grande smartphone per la tv: ci sono le applicazioni, i video, la musica e i siti web ottimizzati per essere visualizzati al meglio sullo schermo del televisore.

Ci sono nuovi colossi come Amazon e Netflix che si fanno largo grazie alla digitalizzazione, con spregiudicatezza e velocità a noi sconosciute. In un simile quadro la tv generalista deve cambiare con urgenza pena la condanna a un ruolo sempre meno centrale. Anche se un modello economico per l'*over-the-top tv* è tutt'altro che chiaro: **come si regge il sistema, visto che lo spettatore è sì disposto a consumare contenuti, ma molto meno a pagarli?** E allora, l'altra grande spinta a forgiare l'ambiente della convergenza deriva dalle imprese mediatiche, con i loro interessi, con le loro strategie e, soprattutto, con la loro capacità di inserirsi creativamente su un terreno in costante evoluzione.

Stiamo assistendo a una specie di paradosso: il prodotto tv (parliamo di serie, di documentari, di show) assomiglia sempre di più al libro. Si stanno formando delle enormi librerie da cui attingere in base a scelte personali: è l'editoria digitale.



# Musica in crescita con streaming e trap

## DISCOGRAFIA

**Ifpi nel 2018 registra ricavi da 19,1 miliardi nel mondo e 228,5 milioni in Italia**

**Francesco Prisco**

Per anni l'industria di settore lo ha invocato, sperato, sognato. Adesso è arrivato per davvero: il passaggio generazionale tra i consumatori di musica è realtà. A livello globale e anche in Italia. Sono cambiate – e già da qualche anno – le modalità di fruizione, con l'avvento dello streaming. E sono cambiati pure i gusti del pubblico, con gli under 30 che furoreggiano nelle prime dieci posizioni in classifica.

Lo dimostrano i dati dell'ultimo Global Music Report di Ifpi, nel quale la federazione mondiale delle case discografiche ha certificato per il 2018 un giro d'affari di 19,1 miliardi di dollari per la musica incisa e un incremento del 9,7% sull'anno precedente. Dati che significano quarto anno consecutivo di crescita per il settore. In Italia, 12esimo mercato mondiale, il business cresce del 2,6%, muovendo 228,5 milioni di euro. A livello globale la cosiddetta "musica liquida" vale il 47% dei ricavi e l'anno scorso ha conosciuto un incremento di 34 punti percentuali,

grazie a un vero e proprio boom (+32,9%) dei contratti premium. Il 2018 ha fatto i conti con qualcosa come 255 milioni di utenti a pagamento delle piattaforme di streaming che da soli generano il 37% del fatturato della musica incisa. La crescita dello streaming ha più che compensato il calo del mercato fisico (-10,1%) e il tracollo del download (-21,2%), formula di consumo ormai residuale. In Italia la discografia ha mosso 228,5 milioni di euro, il 2,6% in più rispetto all'anno precedente. Il 2018 è stato il secondo anno consecutivo in cui lo streaming (94,8 milioni) ha pesato più del fisico (61,9 milioni). Anche sullo Stivale lo streaming cresce prepotentemente (+44,3%), mentre il fisico (-27,1%) e il download (-18,1% per un valore di appena 11,4 milioni) arretrano. Avanza il ricorso alle formule premium (+55,4%), seppure con una spinta inferiore rispetto ad altri mercati. Interessante l'analisi dei dati sugli artisti più venduti. A livello globale troviamo in testa il rapper canadese Drake, alfiere del genere più popolare in questo particolare momento storico, la boy band sudcoreana Bts, testimone dell'esplosione del mercato asiatico, secondo a livello mondiale, e il britannico Ed Sheeran, paradigma del teen idol coniugato al terzo millennio. In Italia, se si guarda la classifica album dominata da *Rockstar* di Sfera Ebba-

sta, nelle prime dieci posizioni c'è un solo artista over 35 (Laura Pausini con *Fatti sentire*) e un solo artista internazionale (Ed Sheeran, appunto). Più o meno lo stesso di quanto succede nelle prime dieci posizioni della classifica singoli dominata due over 40 (i producer Takagi & Ketra con *Amore e Capoeira*) e presidiata da appena tre artisti internazionali. «È segno – commenta Enzo Mazza, ceo di Fimi, associazione confindustriale delle major discografiche – del fatto che è cambiato il pubblico e con esso sono cambiati gusti e modalità di fruizione della musica». Se per quanto riguarda il live continuano a tenere banco artisti che ce l'hanno fatta prima della grande crisi di settore scatenata all'inizio degli anni Duemila da Napster (come Vasco Rossi e Jovanotti), le classifiche di ascolto sono dominate dal fenomeno urban, con trap e hip hop che vanno per la maggiore. «Un mondo completamente diverso da quello che conoscevamo – aggiunge Mazza – con i consumi digitali che per il terzo anno consecutivo e gli ascolti in streaming che per il secondo hanno superato le vendite fisiche». Un mondo che ruota attorno ai consigli di Spotify, Apple Music, YouTube e Amazon.

**Money, it's a gas!**

francesco.prisco.blog.ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**L'anno di Drake.** Il rapper canadese è stato riconosciuto da Ifpi l'artista di maggior successo commerciale del 2018

## ***Fapav: rischi nella pirateria ma gli utenti non lo sanno***

Imbattersi in malware, phishing o peggio ancora essere derubati dei propri dati personali è una possibilità tutt'altro che remota per chi fruisce dei contenuti piratati. E solo il 55% di coloro che ne fanno uso, secondo i dati Ipsos per Fapav, la Federazione per la tutela dei contenuti audiovisivi e multimediali, è consapevole di tutto ciò che potrebbe accadere compiendo atti di pirateria tramite l'utilizzo di link, lo streaming, live e on demand, e il download di contenuti audiovisivi. Percentuale che scende sotto il 49% per i giovani under 15.

I dati sono stati presentati da Fapav in occasione di un convegno organizzato assieme a Luiss Business School: quando si accede, attraverso qualunque device, a siti web o piattaforme che mettono a disposizione contenuti audiovisivi in modo illecito, non solo si violano precise regole normative, ma si mette anche a repentaglio la sicurezza e la privacy dei singoli utenti e dei loro familiari. Non meno importante è il danno economico e industriale nei confronti di un settore come quello audiovisivo, che solo in Italia impiega oltre 180 mila persone.

Tra i fenomeni emergenti della pirateria online vi è l'Iptv illegale che consente di fruire di contenuti televisivi in digitale con una certa facilità. Anche in questa situazione, è molto alto il deficit di consapevolezza circa i rischi in cui si può incorrere soprattutto in tema di sicurezza e protezione dei propri dati personali sensibili e delle credenziali di accesso a conti correnti o carte di credito. «Gli indicatori presentati oggi e la successiva discussione», ha dichiarato Federico Bagnoli Rossi, segretario generale Fapav, «rivelano come compiendo atti di pirateria per accedere ai contenuti audiovisivi non si provocano danni solo nei confronti dell'industria e del sistema economico e professionale che ruota intorno alla cultura, alla creatività e al talento del nostro Paese, ma si mettono in serio rischio anche la sicurezza e la privacy degli utenti stessi».

«La pirateria è un business e i proventi non vanno a chi crea e distribuisce i contenuti ma a vere e proprie organizzazioni criminali», ha dichiarato Lucia Borgonzoni, sottosegretario di Stato per i Beni e le attività culturali. «Una visione romantica della pirateria ha cercato di convincerci che si trattasse di un fenomeno di libertà, realizzato da "benefattori" ma tutti sappiamo che non è così».



## Analisi

# Il futuro della bellezza spazia tra Cina e fondi

Lo sbarco online nell'ex Celeste Impero è una priorità per le aziende della cosmesi, sempre più corteggiate dal private equity. **Fabio Gibellino**

Il futuro prossimo del mondo della cosmesi ha la Cina per protagonista. Questo è quanto emerso nel corso della terza edizione del Beauty summit organizzato da **Pambianco strategie d'impresa** in partnership con **Condé nast Italia**. Tendenza confermata dalla recente partnership siglata nei giorni scorsi da **Shiseido** con **Alibaba** (vedere *MFF* del 3 aprile) e quella che verrà concretizzata a breve anche da **BioNike**. E proprio **Carolina Solari**, che del gruppo cinese è business development manager beautiful & personal care, ha raccontato, attraverso la recente esperienza di **Kiko**, cosa può significare sbarcare su Tmall: «Nelle prime due ore in occasione dell'evento di lancio sono arrivate ventimila visitatori sull'e-commerce del brand», aggiungendo che, «da giugno 2018 Kiko è diventato un caso di successo con oltre 25 milioni di visitatori». Esperienza vissuta anche da **Marvis**, «che oggi è il dentifricio internazionale più conosciuto dai cinesi», al punto che, «anche la capogruppo **Proraso** ha scelto Alibaba per il suo sbarco in Cina». Ma se la Cina è il grande mercato, Internet, e non solo Alibaba, è la grande e imprescindibile vetrina. Così come ha sottolineato **Fulvia Aurino**, direttore marketing e omnichannel di **The Estée**

**Lauder Italia**: «L'avvento dell'e-commerce ha cambiato le abitudini di acquisto, ma non ha soppiantato quelle dei negozi fisici, poi con l'avvento dei social network è arrivato anche un cambio di comunicazione».

Un percorso che, ha spiegato la manager: «Sta portando a una trasformazione della gamma prestige, soprattutto per quanto riguarda il make-up, questo perché quel segmento ha bisogno di un livello esperienziale più complesso da raccontare». Il tutto però, ha continuato Aurino: «Tenendo bene a mente che la chiave di successo è l'integrazione omnichannel della vendita, considerando che anche il travel retail è un fattore determinante delle vendite». Ma non è tutto perché

anche per la cosmesi, il capitolo finanza è sempre più presente, come ha raccontato **Walter Ricciotti**, managing partner di **Made in Italy fund**: «Finora 20 aziende del settore sono state oggetto di investimento, 14 delle quali a maggioranza». Realtà che, escludendo due operazioni di grande impatto e tre start-up: «Hanno in media un fatturato da 43 milioni di euro e un ebitda da 6 milioni», mentre per quel che riguarda il fondo: «Entro l'estate dovremo portare a termine altre due acquisizioni». (riproduzione riservata)



Carolina Solari



# Bnp lancia derivato per investire nelle prossime Uber

di Francesco Bertolino

**I**l 2019 sarà l'anno degli unicorni a Wall Street. Come pare dimostrare la finora non esaltante performance di borsa di Lyft (-10% dal debutto), però, spesso il migliore affare lo conclude chi ha puntato su queste startup prima della quotazione. Perciò Pieter Thiel, il miliardario co-fondatore di PayPal, e Bnp Paribas hanno annunciato ieri una collaborazione per consentire agli investitori di acquistare azioni di unicorni ancora privati. Thiel è fra i primi azionisti di Forge Global, una piattaforma che permette a dipendenti e manager di startup promettenti di vendere le partecipazioni detenute prima dell'ipo. Dal suo lancio nel 2014 su Forge sono passate di mano azioni per circa 2 miliardi di dollari. Ora, con l'aiuto di Bnp, la società conta di arrivare a 3 miliardi di transazioni entro la fine dell'anno. Nei prossimi mesi la banca francese offrirà ai propri clienti in Europa e Asia (istituzionali e privati con disponibilità di almeno un milione di dollari) derivati collegati a un paniere di azioni di startup non ancora quotate, ma con una valutazione superiore al miliardo di dollari. I titoli da includere nello strumento verranno selezionati da Bnp all'interno di un elenco di circa 300 unicorni in base a criteri quali disponibilità di dati finanziari, valutazione e numero di round di finanziamento conclusi. Per saldare la collaborazione con Forge, la banca francese è entrata nel capitale della piattaforma che annovera fra gli azionisti anche la compagnia di riassicurazione Munich Re. (riproduzione riservata)



## Ecco i 15 unicorni che puntano Wall Street

Da WeWork ad Airbnb, da SpaceX a Stripe, sono numerose le aziende tecnologiche con valutazione superiore a 1 miliardo \$ che potrebbero approdare sul listino Usa

Corvi a pagina 13

SUL LISTINO USA SONO ATTESE NUMEROSE SOCIETÀ TECH VALUTATE OLTRE 1 MILIARDO \$

# In arrivo 15 unicorni a Wall Street

*Dopo Lyft altre start-up tecnologiche approderanno sul Nasdaq. Delle oltre 300 a livello globale, 90 sono in Cina*

DI ESTER CORVI

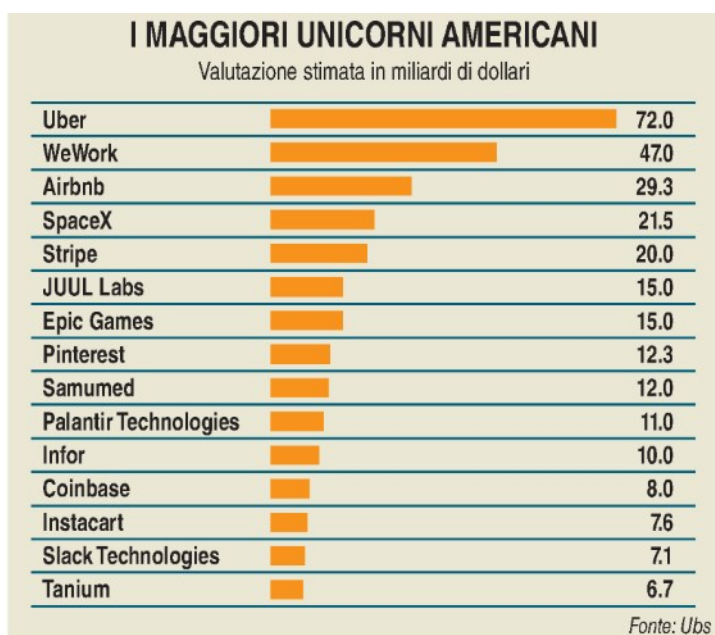
Il primo a calcare la scena è stato Lyft. Il servizio di passaggi in auto via app (ride hailing) ha debuttato a Wall Street il 28 marzo a un prezzo di collocamento di 72 dollari per azione, un livello a cui sta faticosamente tornando dopo aver registrato un forte rialzo il primo giorno e una rovinosa discesa in quello successivo. Non è un esempio di grande auspicio per l'unicornio più atteso, il concorrente Uber, che è stato valutato fra 70 e 120 miliardi di dollari. Ma non è l'unico; altri unicorni (termine che indica le start-up che valgono oltre un miliardo di dollari), seguiranno. In attesa di Uber, che a fine marzo ha acquisito nel Medio Oriente il competitor Careem e ha scelto

di quotarsi sul Nyse invece che sul Nasdaq (il listino tradizionale per le società tecnologiche), gli analisti di Ubs hanno individuato i prossimi arrivi. Così, in base alla valutazione stimata, seguono WeWork (spazi di coworking), Airbnb (affitti brevi fra privati), SpaceX (l'azienda aerospaziale di Elon Musk), Stripe (piattaforma per transazioni finanziarie), Juul Labs (sigarette elettroniche), Epic Games (videogiochi), Pinterest (social network per la condivisione di fotografie), Samumed (biopharma), Palantir Technologies (analisi dei big data), Infor (software), Coinbase (transazioni criptovalute), Instacart (consegne a domicilio) Slack Technologies (software) e Tanium (sistemi di sicurezza).

Il focus degli investitori è pre-

valentemente sugli Stati Uniti, dove ci sono 162 unicorni. A livello globale se ne contano però altri 171, con una presenza nettamente prevalente della Cina (91), seguita dal Regno Unito (16) e dall'India (14). In totale sono 333 società per una valutazione stimata di 1,1 trilioni di dollari.

Ma conviene investire nelle ipo degli unicorni? Gli specialisti di Ubs, sulla base dei dati storici fra il 1980 e il 2018, sono arrivati alla conclusione che dopo cinque anni dal collocamento il 60% ha deluso, perché ha registrato un total return (performance più rendimento della cedola) negativo. C'è però un piccolo gruppo che ha decisamente brillato, con ritorni superiori al 1.000%. È il caso di Google che dal collocamento del 2004 è salito del 1330%. (riproduzione riservata)



GRAFICA MF-MILANO FINANZA



## È l'ora dell'Internet delle cose, bassi consumi e low-cost

L'Internet delle cose sta prendendo sempre più piede e i suoi utilizzi sono sempre più ampi, grazie a bassi con-

sumie prezzi contenuti. Dalle aziende ai soccorsi in zone remote, si sta diffondendo la tecnologia radio a lungo

raggio. Sigfox completa la copertura, Lora incentiva community e applicativi. **Alessia Maccaferri** — a pag. 26

**Banda libera.** Dalle aziende ai soccorsi in zone remote, si diffonde la tecnologia radio a lungo raggio. Sigfox completa la copertura, Lora incentiva community e applicativi

# È l'ora dell'Internet of things a bassi consumi e low-cost

**«Tecnologia matura di ottima affidabilità. Noi costruiamo reti in Brasile, Spagna e Messico»**

**Antonio Terlizzi**  
EVERYNET

di **Alessia Maccaferri**

**N**on sempre le tecnologie più sofisticate, potenti e costose sono le più utili. Immaginate di partecipare al Tor des Géants, l'epica gara di *trail* che richiama centinaia di persone in Valle d'Aosta pronte a correre più di cento ore. Un itinerario duro quanto insidioso. In queste situazioni - e ancor di più in caso di catastrofi - lo smartphone rischia di non avere copertura. Al Tor Des Géants l'anno scorso, per un colpo di sonno un corridore è caduto in un crepaccio. «L'atleta aveva un tracker Gps e grazie all'impiego di LoraWan e alla nostra piattaforma IoT è stato possibile ricevere subito l'allarme lanciato attraverso il sensore e individuare la zona impervia in cui era bloccato» racconta Antonio Terlizzi, *senior vice president* di Everynet, azienda partecipata dal gruppo Elmec di Varese.

Lora è una tecnologia dell'Internet of things «che sta giungendo a maturazione con un ottimo livello di affidabilità» aggiunge Terlizzi. Non ha bisogno né di wifi né di sim card perché si basa su sensori che trasmettono su frequenze radio piccole quantità di dati (poche decine di kilobit al secondo) a distanza di decine di chilometri: fino a 70 chilometri in contesti aperti, cifra che scende in presenza di edifici.

Essendo il traffico dati limitato, le batterie possono durare molti anni.

Everynet non è solo uno dei provider di connettività - «Stiamo costruendo reti pubbliche in Spagna, Messico e Brasile», aggiunge Terlizzi - ma fa parte della LoRa Alliance, non profit a cui aderiscono più di 500 aziende, da Alibaba a Cisco, da Google Cloud a Schneider Electric. Infatti il modello di sviluppo è aperto. La tecnologia Lora si basa su microchip di proprietà Semtech ma la società francese permette a chiunque poi di costruire le reti, dispositivi e servizi verticali che si basano su protocollo LoraWan. Questo offre grandi possibilità di adozione in ogni ambito. Basta acquistare un sensore e collegarsi o a una rete pubblica o privata pagando una fee, variabile da 1 a 8 dollari all'anno.

Oltre che ai contesti di soccorso e alle aree remote, questo Internet of things si presta a impieghi molti diversi. «Pensiamo alla *smart irrigation* con la possibilità di risparmiare acqua in base alle previsioni meteo o ai sensori di bagnatura fogliare che dosano l'utilizzo degli antiparassitari - continua Terlizzi - O ancora la tracciatura in ambito logistico per il controllo della catena del freddo».

Uno degli sviluppi nelle aree urbane è legato alle smart city. «Siamo partiti nel 2015 quando A2A doveva trovare la soluzione migliore con investimenti a 10 anni per la lettura dei contatori del gas - racconta Pierpaolo Palazzoli, responsabile di Smartcity Lab di A2A Smart City - Oggi abbiamo un network server creato grazie all'acquisizione di uno spinoff dell'Università di Padova». Sono stati re-

alizzati con LoraWan diversi servizi come i cestini intelligenti che monitorano lo stato di riempimento per una migliore gestione della raccolta rifiuti. Progettati assieme al Cefriel gli *smart bin* installati da Amsa sono già 9.500 a Milano. Il modello è sia B2B con *utilities* sia B2C, tramite accordi con aziende: «Per esempio con la startup Bluon - aggiunge Palazzoli - abbiamo creato un tacker per geolocalizzare bambini e anziani».

Avendo incentivato Lora un ecosistema aperto, leggero e a costi bassi non potevano mancare le sperimentazioni *open source*. Nel 2015 l'imprenditore olandese Wienke Gieze-man ha creato The Thing Network. «Ha cominciato con piccoli sensori nelle imbarcazioni che girano per i canali di Amsterdam e in poco tempo il network è diventata una comunità a livello globale (su cui circolano 13 milioni di messaggi al giorno ndr.)» racconta Giovanni Besozzi che ha stimolato la prima community in Italia, a Milano tre anni fa. Di fatto è un Internet of things open e gratuita a cui aziende e cittadini si possono agganciare. Il singolo sensore si collega a un *gateway* - a Milano ce ne sono nove - che raccoglie il dato e lo manda al network server in Olanda che lo elabora e lo restituisce. Inoltre ciascuno mette a disposizione il proprio nodo



della rete secondo un modello *peer-to-peer*. Una potenzialità non da poco sia per le aziende sia per i cittadini che vogliono utilizzarlo per usi civici.

LoraWan funziona su basse frequenze libere. In Europa si possono costruire reti privati e anche pubbliche, con possibilità di sfruttamento commerciale. In Italia le reti pubbliche sono ammesse solo con una licenza temporanea del Mise. Che in Italia ha Nettrotter, società licenziataria per l'Italia della tecnologia Sigfox, simile a Lora, che offre connettività e servizi

a un miliardo di persone nel mondo in 60 paesi. «Noi abbiamo la più grande rete pubblica Iot con una copertura del 90% della popolazione - spiega Carlos Lambarri, founder e shareholder di Nettrotter, società del gruppo E Towers (controllata al 60% da F2i e al 40% da Mediaset) - Offriamo connettività a terzi e proponiamo sul mercato nostri dispositivi, un bundle completo di tecnologia e servizi a prezzi contenuti. E offriamo un servizio *seamless* per cui il dispositivo funziona in Italia come all'estero». Già sul mer-

cato *consumer* il rilevatore di corrente e a breve, il termometro indoor, il badge, il device per chiedere aiuto e quello per controllare i consumi di energia.

Ma Sigfox e Lora non saranno scalzate dal Narrowband Iot (banda licenziata) che associa all'Iot la potenza del 4G e in futuro del 5G. «Non credo proprio - risponde Antonio Capone, responsabile scientifico dell'Osservatorio Internet of Things del Politecnico di Milano - Gli studi a livello mondiale di Ihs Market al 2021 dicono che queste tecnologie conviveranno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## AREE REMOTE



### Tor des Géants

Everynet ha creato una rete privata LoraWan per il Tor de Géants (nella foto Tor des Géants®) utile per localizzare gli atleti e soccorrerli. Il sensore usato in Valle d'Aosta è stato testato anche a San Domenico di Varzo. Everynet fornisce una minirete di gateways (trasmettitori radio) per la copertura dell'area sciistica. Con una dashboard i gestori delle piste identificano i segnali emessi dai sensori, localizzando così sciatori e alpinisti in difficoltà.

## SMART CITY LAB



### Cestini intelligenti

A2A Smart City sviluppa e gestisce le infrastrutture tecnologiche abilitanti per servizi digitali integrati e connessi in rete. Fa parte della Lora Alliance. Ha implementato la tecnologia con i cestini intelligenti (sensori rilevano lo stato di riempimento). Inoltre con Padania Acque ha messo a punto il metering dell'acqua su 6 mila contatori, riducendo così anche le perdite. Altri settori strategici i parcheggi (gestione della sosta) e l'illuminazione.



**Smart agriculture.** Grazie all'Internet delle cose, gli agricoltori monitorano lo stato del campo in tempo reale. Nella foto la soluzione con tecnologia LoraWan di Sensoterra, azienda olandese di soluzioni smart per l'agricoltura. Vista la facilità di messa in opera della soluzione - realizzata insieme a Everynet - ed i costi contenuti, il ritorno dell'investimento è garantito nell'arco di un paio di anni.

# Manager digitali, un tetto alle società di consulenza

## INDUSTRIA 4.0

I dettagli del provvedimento sui superconsulenti per Pmi ancora in attesa della firma

Nel nuovo elenco di esperti al massimo 10 nomi dalla medesima realtà

### Marzio Bartoloni

Anche i *competence center* e i centri di trasferimento tecnologico potranno fornire i manager dell'innovazione che le Pmi possono introdurre in azienda per favorire la digitalizzazione 4.0 sfruttando i voucher previsti dall'ultima manovra (con un sostegno a fondo perduto dai 20mila agli 80mila euro). Mentre le società che vogliono fornire gli *innovation manager* - preventivamente «accreditate» come consulenti in innovazione (così come le persone fisiche che dovranno avere anche titoli di studio o esperienza sul campo) - potranno fornire non più di 10 nomi per l'apposito elenco da cui le imprese potranno attingere per assoldare questi superconsulenti 4.0 da inserire «temporaneamente, con un contratto di consulenza di durata non inferiore a sei mesi». Queste alcune delle norme contenute nella bozza del decreto del ministero dello Sviluppo economico che fissa requisiti e paletti per accedere ai voucher per gli *innovation manager* previsti dalla

legge di Bilancio. Il decreto è pronto e dopo il lavoro dei tecnici è stato consegnato al gabinetto del ministro Luigi Di Maio che, a meno di ulteriori scogli, potrebbe firmarlo già nei prossimi giorni.

Il decreto innanzitutto fissa i requisiti per le Pmi beneficiarie: dalla definizione di micro, piccola e media alle cause di esclusione (stato di fallimento, liquidazione). Nel testo vengono indicati con particolare dettaglio anche i paletti per le reti d'impresa che nel contratto di rete dovranno prevedere chiaramente il piano comune di digitalizzazione con il ricorso alle «tecnologie abilitanti previste dal Piano nazionale impresa 4.0» o allo sviluppo di «processi innovativi in materia di organizzazione, pianificazione e gestione delle attività, compreso l'accesso ai mercati finanziari e dei capitali». Il contratto di rete deve prevedere anche un minimo di imprese che dovrà essere «non inferiore a tre».

Il decreto definisce anche i requisiti per potersi iscrivere all'elenco delle società e dei manager qualificati abilitati allo svolgimento degli incarichi manageriali (un successivo provvedimento del direttore generale della politica industriale del Mise entro 30 giorni definirà modalità e termini per la domanda di iscrizione all'elenco).

Le società di consulenza che forniranno i manager dell'innovazione - con sede in Italia e iscritte al registro delle imprese - dovranno essere innanzitutto costituite

nella forma di società di capitali; non essere sottoposte a procedura concorsuale e non trovarsi in stato di fallimento, liquidazione anche volontaria, amministrazione controllata, di concordato preventivo e non aver subito condanne. Ma soprattutto dovranno essere «accreditate negli albi o elenchi dei consulenti in innovazione istituiti presso le associazioni di rappresentanza dei manager o presso le organizzazioni partecipate pariteticamente da queste ultime e da associazioni di rappresentanza datoriali», oppure presso Regioni che erogano contributi con le stesse finalità. Come detto le società di consulenza nel momento dell'iscrizione all'elenco potranno indicare «fino a un massimo di dieci nominativi» e potranno fare domanda anche *competence center* e centri di trasferimento.

Anche le persone fisiche potranno iscriversi all'elenco a patto che siano anche loro accreditati in albi o elenchi dei manager dell'innovazione istituiti presso Unioncamere, associazioni di rappresentanza dei manager e organizzazioni partecipate pariteticamente da quest'ultime e da associazioni datoriali oltre che in analoghi elenchi delle Regioni. Dovranno anche avere un titolo di dottore di ricerca o di master universitario di secondo livello in gestione, management o ingegneria dell'innovazione. Potrà iscriversi nell'elenco anche chi ha già acquisito l'esperienza sul campo nei settori 4.0 (dai 2 ai 5 anni se si è avuta la qualifica di dirigente).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



---

**L'ANTICIPAZIONE**

---



**IL SOLE 24 ORE  
3 APRILE 2019  
PAGINA 22**

Sul Sole 24 Ore di ieri, la preoccupazione delle Pmi per i tempi lunghi del decreto che dovrà regolare le nuove agevolazioni per gli innovation manager. Dopo la legge di Bilancio 2019, infatti, il Mise non ha ancora approvato il provvedimento che avrebbe dovuto disciplinare i dettagli dell'incentivo, dando il via al nuovo albo dei superconsulenti digitali. La scadenza era fissata al primo aprile, a novanta giorni dall'entrata in vigore della legge 145/2018, ma il testo risulta ancora fermo, in attesa della firma del ministro dello Sviluppo economico e della successiva pubblicazione

**Difese digitali**

# Sulla Rete nessuno è al sicuro (neanche tu)

Vale per gli utenti, ma anche per le aziende: **online siamo tutti vulnerabili, perché i nostri dati hanno valore e attirano malintenzionati di ogni tipo. Difendersi è possibile, ma pochi lo fanno**

DI CHIARA SEVERGNINI

**WWW, OVVERO WORLD WIDE WEB:** la «ragnatela mondiale» è ormai quasi indispensabile, per i comuni cittadini e per le aziende. Ma online non è tutto rosa e fiori: sempre più persone – per non parlare degli Stati – si servono della Rete come un'arma. E i dati lo confermano: secondo un report di Kroll, in tutto il mondo nel 2017 le aziende hanno subito più furti di dati digitali che di beni fisici; mentre l'ultimo rapporto dell'Associazione Italiana per la Sicurezza Informatica rivela che nell'ultimo anno gli attacchi informatici sono aumentati del 37,7%. Insomma, l'era del cyber-crimine

e del cyber-spionaggio è cominciata da un po' e non accenna a finire.

«**Siamo tutti vulnerabili, perché lo sono i nostri dati**», spiega il giornalista Jordan Foresi, che insieme all'esperto di intelligence e cybersicurezza Jack Caravelli ha scritto *I segreti del cybermondo* (DeA Planeta). «Per questo», continua, «il sottotitolo del libro è "Nel labirinto digitale nessuno è al sicuro": può sembrare una frase a effetto, ma non è così». Gli esempi abbondano. Si va dall'attacco mirato per sabotare una centrale nucleare (è successo in Iran, probabilmente per mano di USA



Qui sopra, la schermata del virus Petya, individuato per la prima volta nel 2016. Si tratta di un ransomware, software malevolo che rende inaccessibili i dati e chiede un riscatto per sbloccarli

e Israele) al ransomware (“virus del riscatto”) che tiene in ostaggio i dati di un’azienda e chiede il pagamento di una somma di denaro per sbloccarli. Il primo caso – degno di un film di spionaggio – dimostra come le tecniche più sofisticate vengano messe al servizio della geopolitica, in alcune circostanze. Il secondo scenario, invece, è tragicamente comune. Nel 2017, ad esempio, il ransomware WannaCry ha infettato oltre 300mila dispositivi in più di 150 Paesi, facendo anche molte vittime eccellenti, come il servizio sanitario britannico:

tra operazioni annullate e ambulanze dirottate verso indirizzi sbagliati, i danni sono stati enormi, per i pazienti oltre che per il personale.

**SBAGLIA** quindi chi pensa che la cybersicurezza sia una questione per soli smanettoni. A volte, ci si trova coinvolti per il solo fatto di essersi iscritti a un portale. È successo agli utenti di Ashley Madison, un sito per relazioni extraconiugali: nel 2015, quando è stato attaccato, c’è stato un leak – letteralmente “fuoriuscita”

→

– di dati, alcuni aziendali, altri relativi agli iscritti. Tradotto: sono stati divulgati milioni di indirizzi di posta elettronica usati per creare un account su Ashley Madison, con tutte le immaginabili conseguenze. Ma non è finita qui: il furto di dati ha attirato altri malintenzionati decisi ad approfittare del panico che si era scatenato. Cyber-parassiti, se vogliamo, ma tutt'altro che innocui: le mail trafugate sono state bombardate di messaggi che sembravano provenire, per esempio, da rappresentanti di Ashley Madison che offrivano risarcimenti, ma che in realtà puntavano a indurre gli utenti a rivelare ulteriori informazioni personali. Una truffa che, in gergo, si chiama phishing.

**IL CASO ASHLEY MADISON** è esemplare, perché dimostra come il cybercrime sia stratificato e multiforme. «Gli attacchi», precisa Foresi, «possono essere fatti da mani esperte o amatoriali. E non è solo l'azienda principale a essere colpita: il danno può coinvolgere a cascata tutta la filiera». Per esempio, clienti e fornitori di una società colpita da un malware – cioè da un software dannoso – possono trovarsi infettati a loro volta. A meno che, ovviamente, non si proteggano per tempo e in modo adeguato. Cosa che, purtroppo, nel nostro Paese le aziende spesso non fanno. Secondo una ricerca dell'Osservatorio Information Security & Privacy del Politecnico di Milano, nel 2018 solo il 64% delle medie imprese e il 39% di quelle piccole ha adottato tecnologie di difesa avanzate. Percentuali ancora basse. Un altro

RANDALL PARK



Una scena di *The Interview*, il film che, secondo alcuni, avrebbe spinto hacker nordcoreani ad attaccare Sony Pictures

dato preoccupante riguarda il livello di consapevolezza del rischio dei dipendenti. Un'indagine di Bsa-The Software Alliance rivela che solo il 19% di chi lavora per piccole e medie imprese ha ricevuto training di sicurezza informatica. Risultato? Molti non hanno idea di quali siano i comportamenti a rischio. Eppure spesso il fattore umano è decisivo quasi quanto quello tecnologico. «Non



### LA SCATOLA DEI NUMERI

500

miliardi di \$

I danni causati dal cybercrime, nel mondo, nel 2017. Rispetto al 2011 sono quintuplicati. (Fonte: rapporto Clusit 2018)

86

per cento

Quasi 9 aziende su dieci, nel mondo, dichiarano di aver subito almeno un attacco informatico (anche di lieve entità) nel corso della loro esistenza (Fonte: Kroll)

+9

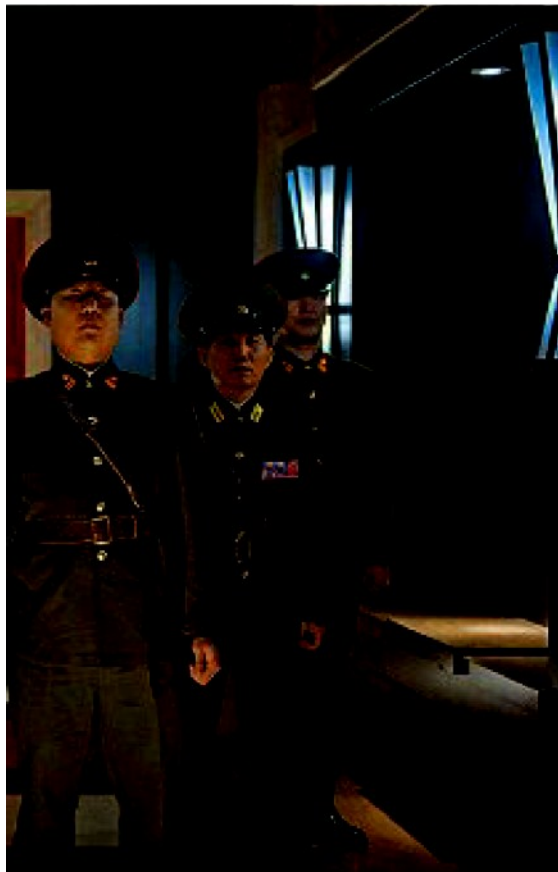
per cento

Crescita del mercato dell'information security in Italia tra 2017 e 2018. (Fonte: Osservatorio Information Security & Privacy del Politecnico di Milano)

47

per cento

In Italia solo un'azienda su due ha un CISO (Chief Information Security Officer), responsabile del rischio cyber. (Fonte: Osservatorio Information Security & Privacy del Politecnico di Milano)



## IL CASO SONY - COREA DEL NORD

Nel 2014 milioni di dati di **Sony Pictures** sono stati rubati e diffusi. Tra loro anche film ancora inediti e imbarazzanti mail interne. Risalire all'attaccante, in casi simili, non è mai semplice. L'indiziato principale, dall'inizio, è la **Corea del Nord**, che avrebbe agito per rappresaglia contro l'uscita di un film che irride il leader Kim Jong-un. Nel 2018 gli USA hanno ufficializzato le accuse contro un hacker nordcoreano. **Pyongyang, però, nega.**

spiega l'esperto: «Da un lato, si tratta di aiutare il top management a individuare i rischi cui è esposta l'azienda; dall'altro, di gestire il piano di riduzione dei danni». E non è un lavoro (solo) per smanettoni, anche perché spesso a rendere le aziende vulnerabili non è tanto una carenza informatica, ma piuttosto l'esistenza di processi mal congegnati: **«Anche una cassaforte sofisticata è facile da scassinare se le chiavi sono gestite in modo poco sicuro»**. I dati fanno pensare che

in Italia la cybersecurity sia trascurata dalle aziende. Conferma? «Quelle che investono adeguatamente in cybersecurity sono poche, soprattutto tra le PMI: molte si limitano a organizzare corsi di formazione per i dipendenti. Ma ci sono anche grandi aziende illuminate che prendono sul serio la questione al punto da fare Red Teaming, ovvero ingaggiare esperti che provano a bucare i sistemi per testarne le vulnerabilità». Quali sono le imprese più esposte? «Quelle che digitalizzano in modo frettoloso e poco consapevole, magari perché attratte dalle potenzialità dell'Industria 4.0. Fare cybersecurity richiede investimenti. Ma rendere sicuro un servizio digitale è come costruire una casa: conviene farla antisismica da subito, perché intervenire a posteriori risulta ancora più costoso e comunque ha un'efficacia limitata. Ci vorrebbe un intervento del governo

e degli enti di settore per incentivare chi investe in cybersecurity. E servirebbero più requisiti di sicurezza minimi obbligatori». Qualcosa, spiega Rigoni, è già stato fatto per i cosiddetti operatori di servizi essenziali – aziende che erogano servizi imprescindibili, dai trasporti alla sanità – ma si tratta di qualche centinaio di aziende. Una goccia nel mare.

parliamo solo del semplice errore dovuto alla pigrizia o alla distrazione», spiega Foresi, «ma anche di azioni che possono risultare fatali, come trovare una chiavetta usb per terra e decidere, per curiosità, di inserirla nel pc aziendale. Un esempio che può far sorridere, ma che, purtroppo, è reale». Uno dei peggiori cyber-attacchi subiti dall'esercito americano è stato innescato, nel 2008, proprio da un soldato che ha inserito nel pc una chiavetta trovata per terra. Per la cronaca: stando sempre alla ricerca di Bsa-The Software Alliance, il 70% dei dipendenti delle piccole e medie imprese (PMI) italiane non ritiene che l'uso di una usb non autorizzata sia pericoloso.

«ANCHE L'AZIENDA più analogica è esposta a rischi cyber: la sua reputazione può essere danneggiata online senza che il proprietario lo sappia, ad esempio», chiarisce Andrea Rigoni, esperto di Business Digitale e Cybersecurity di Deloitte. Per questo tutte le aziende dovrebbero dotarsi di figure capaci di fare cyber risk management. Ovvero? «Un'arte complessa»,



La locandina di *The Interview*, che racconta (in modo satirico) un'immaginario tentativo di assassinare il dittatore nordcoreano Kim Jong-un

# 5

## CONSIGLI PER DIFENDERSI

### Password #1

Dev'essere lunga almeno 15 caratteri e contenere lettere, numeri e simboli. Mai usare come password nome, data di nascita o altre informazioni personali facili da reperire online

### Password #2

Le chiavi di accesso non vanno riutilizzate. Ne avete troppe per ricordarle tutte? Per gestirle in sicurezza è meglio usare un software apposito detto password manager. Ce ne sono diversi, per tutte le tasche

### Inganni via mail

Link e allegati possono celare virus. Prima di cliccare, guardate ai dettagli (come indirizzo mail, oggetto, grammatica) per verificare che la mail sia legittima. Se avete dubbi, meglio non rischiare

### Aggiornamenti

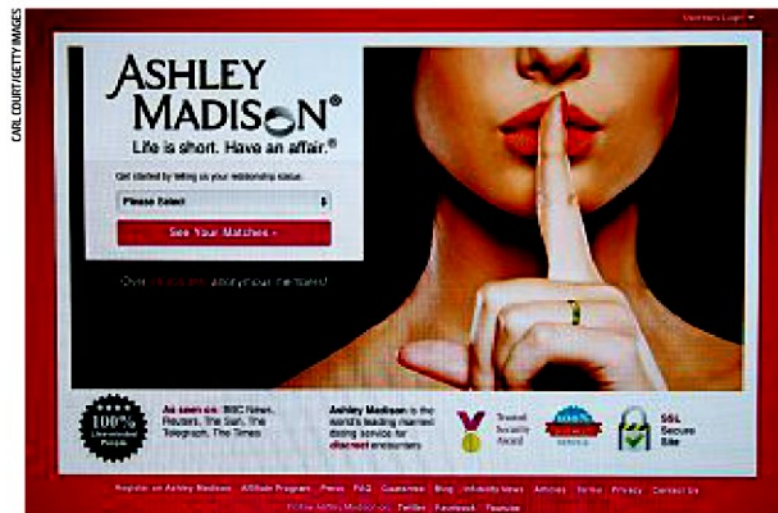
Quando un software è vulnerabile, i produttori rimediano con patch (toppe, ndr). Per questo è importante aggiornare sempre smartphone, pc e programmi. Indispensabile anche l'antivirus

### Gestire la crisi

Il vostro pc è bloccato da un malware? Un ransomware tiene in ostaggio i vostri dati? Non pagate il riscatto e rivolgetevi a un esperto: il fai-da-te non è una buona idea



**MA QUALI PERICOLI** minacciano le aziende che non si proteggono? «I rischi cambiano in base al profilo dell'azienda, in più la stessa società può trovarsi esposta a tipologie diverse di rischio», spiega Carola Frediani, giornalista esperta di temi cyber e autrice di *Guerre di rete* (2017). Il più sentito? «Il furto di dati: a essere sottratti possono essere quelli aziendali, in una nuova forma di spionaggio industriale, o quelli di dipendenti e clienti. E oggi con il Gdpr sono previste multe salate





Qui a sinistra, la conferenza stampa del Department of Homeland Security statunitense durante l'epidemia del virus WannaCry nel 2017. Nella pagina accanto, la Internet and Security Agency di Seoul, in Corea del Sud

er chi non li protegge a dovere». Altro rischio: la sospensione forzata della produzione o dell'attività. Frediani cita come esempio NotPetya, un malware distruttivo che nel giugno 2017 ha colpito decine di organizzazioni: il gigante del trasporto marittimo Maersk ha perso tra i 200 e i 300 milioni di dollari a causa sua. «Un tempo i ransomware arrivavano a pioggia ed erano più facilmente riconoscibili», spiega la giornalista, «ora che le difese si sono alzate, gli

### IL CASO ASHLEY MADISON

Nel 2015 il sito per relazioni extraconiugali Ashley Madison (a sinistra, la schermata del portale con lo slogan: «La vita è breve. Concediti un'avventura») è stato colpito da un cyber-furto di dati. Oltre 30 milioni di indirizzi mail sono stati rivelati. Molte persone si sono così trovate a doversi giustificare con il/la partner. C'è stato almeno un suicidio legato direttamente all'episodio.

**attacchi mirati, più sofisticati e difficili da intercettare, sono aumentati.** Vale lo stesso per il phishing: oggi anche le aziende di medie dimensioni ricevono mail verosimili, che sembrano davvero scritte da colleghi o clienti». Senza contare che phishing, malware e ransomware non si limitano a colpire le aziende, ma anche gli utenti, spesso privi degli strumenti per distinguere una mail creata ad arte per ingannarli da una vera, o un allegato pericoloso da uno innocuo. «C'è un po' di consapevolezza in più rispetto a qualche anno fa», spiega Frediani, «il problema è tradurla in azioni concrete: se si è consci dei rischi ma si continua a riutilizzare la stessa password per tutto, non serve a nulla. Di questi temi si dovrebbe parlare di più, e non solo nelle pagine di tecnologia: per certi versi, la cybersicurezza ha più a che fare con la società che con pc e gadget».

**PER NAVIGARE** più sicuri ci sono alcune buone regole di base da seguire (a sinistra ve ne consigliamo cinque). Ma, come puntualizza Foresi, proteggersi è prima di tutto questione di atteggiamento: «Bisogna partire dall'ABC: dobbiamo stare attenti a quello che scriviamo, inviamo, pubblichiamo». Sempre. Senza paranoia, ma con la giusta dose di consapevolezza.

@CHSEVER



# La grande manipolazione che trasforma i nostri like in voti

Dipendenze, orientamento sessuale, religioso e politico: l'identità ricostruita con i "mi piace"  
I dati non vengono (ancora) messi in vendita, ma i profili sono già utilizzati a fini elettorali



Così ci spiano

Il professore Quattrocchi: "Più un post è polarizzante, più attira persone: quelli di Salvini dividono l'opinione pubblica"

GIULIANO FOSCHINI  
FABIO TONACCI

Non è solo una questione di pubblicità, né di inserzionisti che affidano ai giganti del web la ricerca dello spot perfetto. C'è dell'altro. Il Capitalismo della sorveglianza – come la psicologa sociale di Harvard Shoshana Zuboff ha definito la bulimica e sistematica raccolta di dati personali e sensibili attraverso le tracce digitali che lasciamo in Rete – serve anche un altro padrone. La politica. Lo scandalo Cambridge Analytica, l'ipertrofia dei profili social di Matteo Salvini (e non solo i suoi), la storia ancora oscura della app "Candidati" che Facebook ha lanciato in Italia durante le elezioni 2018, si comprendono solo cambiando angolatura. L'utente non è solo un consumatore, infatti. È anche un elettore. A cui si può provare a vendere non un paio di scarpe, ma un partito, un'idea politica.

**Dimmi cosa clicchi e ti dirò chi sei** «Maschio, bianco. Fuma. Non beve. Non ha mai usato droghe. È cristiano. Eterosessuale e single. È favorevole all'immigrazione. È contrario alle armi. Vota per i democratici». Ecco, questo è un esempio reale di ciò che un qualsiasi analista informatico riesce oggi a dedurre di una

persona analizzando 68 like che quell'individuo ha messo a post o notizie su Facebook. Con un margine di errore prossimo allo zero. Dipendenze, orientamento sessuale e quello politico, opinioni su temi di attualità: non esistono più segreti. Già nel 2015, del resto, lo scienziato sociale di Stanford Michal Kosinski ha dimostrato come, sfruttando i Big Data, un sistema computerizzato con 10 like ti conosce meglio di un collega, con 70 meglio di un amico, con 150 like meglio di un familiare. E con 300 like ti conosce meglio di tua moglie.

Vale per Facebook, ma anche per Instagram (1 miliardo di iscritti nel mondo, 22,3 milioni in Italia), che, grazie alla quantità di informazioni desumibili dalle foto (il soggetto, i colori, l'orario in cui la postiamo, i commenti che aggiungiamo, il tempo che ci soffermiamo sulle immagini altrui), è attualmente il più intrusivo aggregatore di informazioni. Quello, per capirci, che meglio racconta chi siamo e cosa pensiamo.

## Le camere dell'eco di Salvini

Non a caso proprio su Instagram sta puntando forte il ministro degli Interni, Matteo Salvini, tra i politici italiani l'incontrastato numero uno quanto a follower e interazioni con gli utenti. Il "Capitano" è quello che più di tutti riesce a calibrare il messaggio perché conosce i profili del suo potenziale elettorato. La genesi del suo successo in Rete la spiega bene il professor Walter Quattrocchi dell'università Ca' Foscari, che insieme ai suoi dodici ricercatori, a Mestre, usa i dati pubblici raccolti su Facebook per studiare il comportamento degli esseri umani sui social network.

«In tali 'ecosistemi' digitali vincono gli argomenti polarizzanti, quelli cioè che spaccano la platea in pro e contro: pro e contro l'immigrazione, pro e

contro i vaccini. Più un post è polarizzante, più attira persone. Quelli di Salvini, suggeriti dal suo staff di social media manager, in questo sono perfetti: fatti apposta per dividere l'opinione pubblica». Gli esperti le chiamano "echo chamber", le camere dell'eco. «Sono gruppi virtuali formati da persone che hanno più o meno la medesima opinione: non cambiano dunque idea neanche di fronte all'evidenza della *fact checking*, e non passano mai nello schieramento opposto», spiega Quattrocchi. «Più vengono lasciati commenti su un argomento, più tali commenti diventano aggressivi e negativi, e contemporaneamente il linguaggio degli utenti si uniforma. E più cresce il numero dei like, più aumentano gli amici che faranno la stessa cosa». Ecco perché Salvini non scrive mai post concilianti o moderati, come il suo ruolo da ministro dell'Interno imporrebbe: non gli porterebbero follower. Meglio è, per lui, incendiare l'opinione pubblica.

## La manipolazione

Ma si può davvero manipolare il voto dell'elettore? Facebook con i suoi 2,2 miliardi di iscritti attivi nel mondo (35,7 milioni in Italia, più della metà della popolazione), ancora una volta è il cuore della questione. «Il social – sostiene Alessio De Giorgi, che ha guidato la campagna social del Pd alle scorse Politiche – dà la possibilità di comprare aggregazioni mirate di dati. Faccio un esempio: si vota a Treviso e io voglio fare una campagna all'interno della comunità cattolica, tra le persone che vivono nella zona nord della città. Facebook te lo permette. Chiaramente più è targettizzata la campagna e più ti costa, ma più è targettizzata e più è efficace». Facebook assicura di non mettere mai in vendita le identità. Chi compra, non conosce le generalità delle persone a cui rivolgerà i



messaggi politici mirati. Ma spesso non ne ha bisogno, perché già lo sa. La Lega, per esempio, durante la campagna elettorale lanciò il concorso "VinciSalvini", che metteva in palio un incontro con il "Capitano": in questo modo ha potuto raccogliere una parte dei dati dei profili Facebook dei suoi militanti e dei loro contatti. Cosa si può fare con questi database lo ha fatto vedere al mondo *Cambridge Analytica*: 87 milioni di elettori schedati. In Italia, sfruttando la rete di amicizie dei soli 57 italiani che avevano scaricato una app ad essa collegata, ne ha profilati 214mila.

### Il caso di "Candidati"

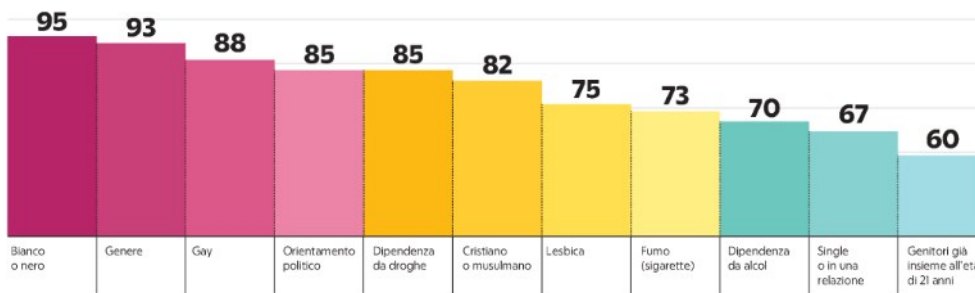
D'altronde che la situazione stia sfuggendo di mano è chiaro alla stessa Facebook. Qualche giorno fa il suo fondatore, Mark Zuckerberg, ha scritto al Washington Post chiedendo aiuto ai governi per introdurre nuove regole a garanzia anche dell'integrità dei processi elettorali. Eppure, in Italia, secondo il Garante per la Privacy, proprio Facebook ha portato avanti una sorta di profilazione di massa durante le elezioni 2018. Aveva lanciato una app, "Candidati", che dava la possibilità di acquisire informazioni sui candidati e condividere il fatto di aver votato. Tutto neutro, quindi. Nessuna preferenza. Il problema è nato quando il Garante ha voluto indagare. «Non abbiamo mai registrato specifiche informazioni sulle preferenze di voto» si è difesa Facebook. Poi però si è scoperto che venivano memorizzati le interazioni che gli utenti avevano con i profili dei singoli candidati. «Facebook ha trattato dati personali, alcuni dei quali potenzialmente idonei a rivelare le opinioni politiche dei cittadini italiani contro la legge», ha così sostenuto il Garante. Per ricordare a tutti che in gioco, in questo caso, non ci sono gadget da vendere. Ma un bene che non ha prezzo: la democrazia.

– 3. continua

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Bastano 68 like per sapere tutto di noi

Lo studio indica in quanti casi su 100 dopo 68 "mi piace" a post, video o foto si riescono a recepire informazioni anche sensibili sulla persona



### Privacy online

## Così Repubblica.it gestisce i dati personali dei lettori

Anche *Repubblica.it*, come tutti i siti di informazione online, prevede alcune tipologie di raccolta dati, tracciamento e profilazione degli utenti. La finalità è duplice: da un lato analizzare il traffico e le abitudini dei lettori per creare un servizio migliore; dall'altro consentire agli inserzionisti una offerta pubblicitaria più affine agli interessi degli utenti. Ci sono due categorie di dati: quelli di navigazione (anonimi, cioè il cosiddetto indirizzo IP del computer, il tipo di browser utilizzato, i siti visitati); e quelli personali, che il visitatore fornisce quando accede a un'area riservata (*login*), manda una e-mail o contatta il servizio clienti. Il consenso esplicito al trattamento dei dati è previsto dal GDPR (General Data Protection Regulation), il regolamento europeo sulla privacy digitale al quale tutti, per legge, devono adeguarsi. Per tale motivo, quando si effettua l'accesso a un sito

web, viene chiesto di acconsentire all'uso dei dati e alla possibilità di ricevere i cosiddetti *cookie*, una specie di etichette digitali che riconoscono l'utente (o meglio il suo browser di navigazione) ogni qualvolta torni a visitare il sito. I *cookie* possono essere installati dal sito che si sta visitando ma anche dalle cosiddette "terze parti", cioè altri servizi online con i quali l'utente entra in contatto durante la sua permanenza sul sito (tra cui possono esserci Facebook, Google, intermediari commerciali). Ciascuno di noi deve essere consapevole che i suoi dati di navigazione sul sito contribuiscono a comporre il "profilo" digitale e che alcune di queste informazioni possono essere usate a fini pubblicitari. Se volete conoscere l'elenco completo dei *cookie* presenti su *Repubblica.it* e i dettagli sul trattamento dei vostri dati, potete visitare la sezione "privacy" sul nostro sito.

**I PIANI DI ZUCKERBERG**

Facebook  
pagherà le  
news di qualità

Luca Salvioi — a pag. 9

**Editoria**

La svolta  
di Zuckerberg:  
«Pagheremo  
le news di qualità»

In una videointervista il  
fondatore di Facebook apre agli  
editori sul pagamento dei  
contenuti di qualità. La notizia  
arriva pochi giorni dopo il lancio  
di Apple News+.

# Facebook pagherà le news di qualità

**INFORMAZIONE**

L'annuncio a sorpresa  
di Zuckerberg  
che apre agli editori

La notizia pochi giorni  
dopo il lancio di Apple  
News+ in Usa e Canada

**Luca Salvioi**

La scena è piuttosto insolita, perché c'è Mark Zuckerberg che intervista Mathias Döpfner. Ovvero il ceo di Facebook che fa domande al ceo di Axel Springer, l'editore tedesco, il più grosso europeo. Sorprende perché Döpfner negli anni si è distinto per le posizioni pressanti nei confronti di Google e Facebook affinché remunerassero gli editori per gli articoli diffusi nelle rispettive piattaforme.

Se Mark Zuckerberg ha deciso di pubblicare l'intervista, prima di una serie, sul suo profilo Facebook è proprio per comunicare il cambio di passo: Facebook si sta organizzando per pagare agli editori una licenza per gli articoli al suo inter-

no. La novità sarebbe inclusa in una nuova sezione, che nel corso dell'intervista Zuckerberg più volte chiama «surface», dedicata a notizie di «alta qualità». La maggior parte degli utenti va su Facebook per connettersi con gli amici, spiega Zuckerberg, «ma il 10,15, forse 20% di persone nella nostra community vuole davvero andare in profondità» sulle news e dunque ci sarebbe l'opportunità di «aumentare drasticamente la distribuzione e, in caso di successo, la monetizzazione a chi partecipa con contenuti di alta qualità».

Si tratterebbe di qualcosa di probabilmente simile a Watch, la nuova funzionalità introdotta da Facebook l'anno scorso, sostanzialmente un canale video, un nuovo feed. Secondo il sito di tecnologia americano Recode, la nuova funzionalità sarebbe gratuita per l'utente e potrebbe arrivare a fine 2019. Döpfner spiega che Axel Springer fa l'84% dei ricavi con il digitale e che il suo obiettivo è trovare una strada sostenibile per l'informazione. Suggerisce a Zuckerberg di dare agli editori accesso diretto ai propri utenti e una giusta

spartizione dei ricavi. «Avrebbe molto senso» risponde Zuckerberg.

Il momento in cui avviene questa apertura è quello di un cambio di strategia da parte di Facebook: pochi giorni fa lo stesso fondatore ha pubblicato una lettera sul Washington Post chiedendo ai governi nuove regole contro la diffusione in rete di contenuti dannosi e per la tutela della privacy. Dopo lo scandalo Cambridge-Analytica, l'azienda vuole recuperare credibilità. Non è probabilmente un caso, inoltre, che la notizia arrivi a pochi giorni dal lancio di Apple News+ negli Stati Uniti e Canada, un aggregatore su cui lavora una redazione interna per offrire ai lettori i migliori contenuti degli editori partner. A quest'ultimi vanno il 50% dei ricavi, mentre all'utente l'abbonamento



costa 9,99 dollari al mese (13 in Canada). Apple News ha raggiunto 200mila abbonati nelle prime 48 ore, anche se il primo mese di prova è gratuito. Alcuni editori hanno aderito, come il Wall Street Journal, altri come il New York Times non vogliono cedere i loro articoli.

Le news diventano un nuovo ambito competitivo tra i big della Silicon Valley: nel lanciare il nuovo prodotto Tim Cook, ceo di Apple, ha detto di voler promuovere un modello antitetico al clickbaiting, senza nominare Facebook anche se il mittente era chiaro. Allo stesso modo Zuckerberg ha detto che non vede «Surface» come un modo per aumentare i ricavi a differenza di altri (ovvero Apple, che mira ad ampliare gli abbonati ai suoi servizi).

Anche Facebook potrebbe assumere un team editoriale dedicato alla selezione delle migliori notizie. Nel 2016 la sezione «trending topics» veniva curata da giornalisti, che però avevano un contratto esterno. Finì male: la selezione fu accusata di essere imparziale, se ne interessò anche il Senato americano. Gli stessi giornalisti avevano detto a Gizmodo che il loro impiego non aveva criteri oggettivi e avevano lamentato pessime condizioni di lavoro. L'esperimento finì. Fino a oggi anche il rapporto con gli editori non è stato facile. Instant articles, che permette di ottimizzare gli articoli per una navigazione più rapida all'interno della app, non ha portato i risultati sperati e i publisher si sono spostati verso Google Amp. Dal 2006, inoltre, Facebook ha coinvolto alcuni editori per ampliare l'offerta video, solo che alla fine i grossi investimenti fatti in strutture video non sono stati ripagati. Il cambio nella strategia video ha messo in grosse difficoltà alcune testate digitali che avevano investito molto: Mic.com, una startup ambiziosa con lussuosi uffici a Manhattan, ha così licenziato quasi tutto il suo staff. Lo scorso anno, infine, Zuckerberg aveva annunciato un cambio nell'algoritmo che avrebbe svantaggiato le news a favore di interazioni tra utenti, senza mettere troppo di buonumore i publisher. Un anno dopo sembra che molto sia cambiato. Facebook questa volta vuole costruire il nuovo servizio in maniera «più consultiva», ha detto Zuckerberg a Döpfner.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Mark Zuckerberg.**  
Fondatore e ceo  
di Facebook



**Faccia a faccia.** Un momento della videointervista di Mark Zuckerberg a Mathias Döpfner, Ceo di Axel Springer

# Il Governo studia ammortizzatori per i call center

**TLC**

**Stanziati 20 milioni  
per il 2019 per intervenire  
sul sostegno dei lavoratori**

**Andrea Biondi**

ROMA

Per i lavoratori dei call center potrebbero presto arrivare ammortizzatori sociali strutturali. Ad aprire è il sottosegretario al Lavoro, Claudio Durigon, che ha partecipato ieri a un convegno organizzato da Asstel con al centro l'accordo quadro sulle attività del settore dei customer care in outsourcing siglato a metà febbraio dall'associazione che riunisce le imprese della filiera delle tlc insieme con i sindacati di categoria.

Un tema, quello della necessità per i lavoratori dei call center in outsourcing di avere ammortizzatori sociali "strutturali" come per l'industria (oggi rientrano nell'ambito del Fondo di Integrazione salariale), su cui le parti sociali insistono da tempo. Ieri quindi l'apertura del sottosegretario Durigon («stiamo lavorando» ha detto) a margine di questo incontro al Cnel cui è intervenuto insieme con il Vicepresidente per il lavoro e le relazioni industriali di Confindustria Maurizio Stirpe, al vicepresidente del Cnel Elio Catania, al presidente di Asstel Pietro Guindani, al direttore Laura Di Raimondo e ai segretari generali delle organizzazioni sindacali Fabrizio Solari (Slc Cgil), Vito Vitale (Fistel Cisl), Salvo Uglierolo (Uilcom Uil), Stefano Conti (Ugl Telecomunicazioni).

Al centro dell'incontro c'era l'accordo quadro sui call center pensato, per dirla con le parole del presidente di Asstel Pietro Guindani, per dare al settore «un assetto capace di fornire risposte efficaci sulla tutela del lavoro, sul contrasto dei fenomeni di

concorrenza sleale e sullo sviluppo di nuovi modelli di business basati sulla trasformazione delle competenze, la qualità del servizio e l'efficienza delle imprese».

Del resto - è stato un comune denominatore di tutti gli interventi - parlare di call center è ormai riduttivo. L'interazione con il cliente, grazie anche alle tecnologie, ora può fare la differenza. Da qui l'accento sui temi della qualità e degli investimenti: punti, questi, che cozzano però con tutta una serie di fattori, endogeni ed esogeni, che hanno portato all'avvitamento del settore (2 miliardi di ricavi e 80 mila occupati) in una certa fase.

A metà febbraio Asstel e sindacati sono intervenuti quindi con una "contrattazione d'anticipo" basata su vari punti fra cui: il rispetto delle tabelle sul costo medio del lavoro per i nuovi affidamenti in outsourcing anche nel privato e non solo nel pubblico; trattamenti di welfare anche per gli outbound (chi dai call center telefona alla clientela, con contratti di collaborazione) e azioni comuni Asstel-sindacati per sensibilizzare il Governo su clausola sociale (continuità occupazionale con i cambi d'appalto) e ammortizzatori sociali. «Grazie al nostro sistema di relazioni industriali e contando sul sostegno delle istituzioni saremo in grado di delineare le soluzioni più efficaci per il settore» ha poi aggiunto la direttrice di Asstel Laura Di Raimondo. Tanto più che Asstel già di suo rappresenta il 40% circa della committenza e annovera la quasi totalità delle grandi imprese fornitrici di servizi di contact center in outsourcing. Un primo risultato l'azione congiunta di Asstel-sindacati intanto sembra averlo prodotto, con i 20 milioni stanziati per il 2019 per il sostegno al reddito dei lavoratori dei call center in crisi, contenuti nella conversione in legge del Decretone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**NOMINE IN CASA TELECOM****CAMBIA ANCHE IL PRESIDENTE**

# Tim Brasil volta pagina: Labriola ceo al posto dell'ad voluto da Genish

Anche Tim Brasil volta pagina. Tim Participações, holding brasiliana di Telecom Italia, ha annunciato ieri il cambio della guardia al vertice. Al posto di João Cox e Sami Foguel il consiglio di amministrazione della controllata di Rio de Janeiro ha nominato ieri Nicandro Durante e Pietro Labriola, rispettivamente come presidente e amministratore delegato.

Sami Foguel si era insediato alla guida operativa di Tim Brasil a fine luglio, per sostituire Stefano De Angelis, che dopo un biennio di ottimi risultati in Sudamerica era rientrato alla base, non trovando più una collocazione nell'organigramma disegnato dall'ex ad Amos Genish. Stessa sorte era toccata a Pietro Labriola, braccio destro di De Angelis in Brasile, che era stato richiamato in patria insieme a molti altri manager italiani del gruppo.



**Pietro Labriola.** Nuovo amministratore delegato di Tim Participações

Sia Cox - il banchiere d'affari, con una precedente esperienza nel gruppo America Movil di Carlos Slim, rimasto alla presidenza di Tim Brasil appena un anno - sia Foguel erano stati chiamati in Tim Brasil da Genish. In particolare la nomina di Foguel, avvenuta senza consultare il board della capogruppo, se non a cose fatte, aveva fatto storcere il naso a più di uno degli amministratori della maggioranza consiliare formato Elliott, anche perchè Foguel non aveva esperienza nel campo delle tlc: l'ultimo incarico era stato quello di vice-presidente per le relazioni con

la clientela e chief officer per le attività cargo di Azul Airlines e chief operating officer di Tap Portugal.

Con l'assemblea del 28 marzo, il cda di Tim Part era giunto a scadenza e Cox non è stato riproposto per un altro mandato. Foguel invece non era mai entrato nel vecchio cda - cosa possibile in Brasile, a differenza di quanto previsto nel sistema italiano - e non è stato messo nella lista dell'azionista di maggioranza neppure per il rinnovo del board. Dallo scorso mese di febbraio era entrato in consiglio invece Labriola, riconfermato nel nuovo cda e ieri appunto nominato amministratore delegato al posto di Foguel, che si è dimesso. Ora, nel nuovo board di Tim Participações quattro consiglieri sono brasiliani - il presidente Durante, che ha ricoperto numerose posizioni manageriali alla British American Tobacco, fino a ricoprirne la carica di ceo mondiale dal 2011, ha in realtà la doppia nazionalità - e sei italiani, tutti top manager del gruppo. Oltre a Labriola siedono in consiglio il cfo Piergiorgio Peluso, il capo del legale Agostino Nuzzolo, il capo delle strategie Carlo Nardello, il responsabile dell'it Raimondo Zizza e il chief technology officer Elisabetta Romano. Un consiglio di peso, insomma, a riprova dell'importanza che la controllata carioca riveste nel gruppo. Labriola, precisa il comunicato che ufficializza le nomine, porterà avanti il piano strategico, già approvato, di Tim Brasil.

— **Antonella Olivieri**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## EDITORIALI

## La terza via sul 5G

Francesi e altri non bandiscono Huawei ma alzano barriere di sicurezza. E l'Italia?

**I**l Parlamento francese ha cominciato ieri il dibattito su una nuova legge volta a garantire la sicurezza delle nuove reti 5G. Attorno al 5G, si sa, c'è una discussione accesa che intreccia tecnologia, sicurezza nazionale e geopolitica. Gli Stati Uniti chiedono agli alleati europei di escludere l'azienda cinese Huawei dalle forniture per le infrastrutture di rete, sostenendo che sia troppo vicina al governo del Partito comunista per poter essere considerata affidabile. Finora Washington ha convinto Australia, Giappone e Nuova Zelanda a bandire Huawei. Gli europei, tuttavia, stanno cercando una via alternativa. La proposta di legge francese, per esempio, è stata definita in questo modo da Bloomberg: "Rende difficile, ma non impossibile, [l'accesso] a Huawei". Significa: i legislatori francesi non bandiscono nessun fornitore dalle aste, ma vogliono imporre una serie di regole stringenti e durissime per garantire la piena sicurezza dei sistemi di comunicazione nazionali. Secondo gli esperti, la proposta di legge vuole imporre dei test di sicurezza così accurati che in alcuni casi potrebbero equivalere per le aziende a rivelare i propri segreti industriali. "Non siamo naïf", ha detto Thomas Gassilloud, deputato della République en marche! e membro della commissione Difesa.

Inglese e tedeschi stanno utilizzando un approccio simile. Il mese scorso Berlino ha avviato le procedure per la vendita delle frequenze del 5G senza escludere Huawei, ma intensificando i controlli di sicurezza. Londra lavora da tempo a nuovi standard di cybersecurity delle reti. La tecnologia 5G è così complessa e sarà così strategica che non c'è la certezza assoluta che alla fine qualche fornitore malintenzionato possa approfittarsene. Ma intanto gli europei tentano una terza via, tra la durezza americana e il lassismo completo di alcuni stati che potrebbero costituire l'anello debole della catena della sicurezza, come l'Italia.

