

Rassegna del 05/03/2019

Corriere della Sera	29	Sussurri & Grida - Pa, pagamenti online anche con Bancomat pay	...	1
Sole 24 Ore	15	In breve - Con Intesa. Bancomat Pay per i pagamenti Pa	...	2
Mf	6	Al via i pagamenti alla Pa attraverso smartphone	<i>Cervini Claudia</i>	3
Tempo	15	Intesa Sanpaolo: Bancomat Pay entra nel circuito PagoPa	<i>Tom.Car.</i>	4
Libero Quotidiano	21	Tasse e servizi pubblici si potranno pagare col bancomat	<i>R.E.</i>	5
Messaggero	15	Facebook vuole lanciare una propria criptovaluta	...	6
Corriere della Sera	13	Muscoli, social e sogni spaziali La metamorfosi di Bezos - Metamorfosi di Bezos: da nerd pallido a muscoloso social (e molto esposto)	<i>Gaggi Massimo</i>	7
Italia Oggi	19	Sfida nella pubblicità web, Amazon contro tutti	...	10
Foglio Innovazione	1	Il ruolo politico di Amazon - Da Obama alla corte di "Jeff" Jay Carney Ha un sogno tech	<i>Masneri Michele</i>	11
Giornale	37	Il 5G sbarca negli stadi I tifosi diventano hi tech	<i>Meoni Cinzia</i>	16
Sole 24 Ore	13	A Milano il data center di Irideos con l'80% del traffico web su fibra	<i>Larizza Antonio</i>	17
Sole 24 Ore Rapporti	27	Tra occhi elettronici e cobot virata hi-tech per l'industria	<i>Orlando Luca</i>	18
Foglio Innovazione	5	Un documentario svela il decennio perduto del tech	...	20
Foglio Innovazione	2	Come ti innovo l'Industria 1.0 - Un investimento monstre per avvicinarsi a Google	<i>Marchesano Mariarosaria</i>	21
Sole 24 Ore	7	Scommessa competenze, in 5 anni il 60% dei lavori è destinato a cambiare - Il 60% dei lavori cambierà in 5 anni	<i>Barbieri Francesca - Prioschi Matteo</i>	22
Mf	17	Da AT&T rivoluzione digitale per la Cnn - Cnn alla rivoluzione digitale	<i>Follis Manuel</i>	26
Foglio Innovazione	7	Il prossimo censore di Internet? L'India	...	27
Stampa	17	Retrosceca - Tim, Cdp al fianco di Elliott In assemblea voterà il piano	<i>Lillo Nicola</i>	28
La Verita'	17	Gli analisti puntano 20 cent su Tim	<i>Merico Chiara</i>	29
Giornale	18	L'Antitrust bacchetta le big tic	...	30
Sole 24 Ore	2	Huawei farà causa al governo Usa	<i>M.Val.</i>	31
Italia Oggi	29	Digital tax in Francia, gettito da 500 mln	<i>Pacione Di Bello Giorgia</i>	32

Sussurri & Grida

Pa, pagamenti online anche con Bancomat pay

Effettuare pagamenti verso la Pubblica amministrazione attraverso il proprio smartphone: da ieri è attivo il servizio lanciato da Agenzia per l'Italia Digitale, Team per la trasformazione digitale, Bancomat Spa e Intesa Sanpaolo. Bancomat Pay è entrato a far parte di PagoPA, il sistema unico di gestione dei pagamenti elettronici per la Pa. Intesa Sanpaolo è il primo che offrirà il servizio verso tutti i clienti titolari di Bancomat Pay.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IN BREVE**CON INTESA****Bancomat Pay
per i pagamenti Pa**

Da ieri è possibile effettuare pagamenti verso la Pa attraverso il proprio smartphone grazie al servizio lanciato da Agenzia per l'Italia Digitale, Team per la Trasformazione Digitale, Bancomat Spa e Intesa Sanpaolo. Bancomat Pay, spiega una nota, è infatti entrato a far parte di PagoPA, il sistema unico di gestione dei pagamenti elettronici per la Pa.



Al via i pagamenti alla Pa attraverso smartphone

di *Claudia Cervini (MF-DowJones)*

Effettuare pagamenti verso la pubblica amministrazione attraverso il proprio smartphone. Da ieri si può grazie al servizio lanciato da Agenzia per l'Italia Digitale (AgID), Team per la trasformazione digitale, Bancomat spa e Intesa Sanpaolo. Bancomat Pay, spiega una nota, è entrato a far parte di PagoPA, il sistema unico di gestione dei pagamenti elettronici per la Pa. Intesa Sanpaolo è il primo payment service provider che offrirà il servizio verso tutti i clienti titolari di Bancomat pay. I pagamenti vengono effettuati in tempo reale, con una semplice conferma sul proprio cellulare dell'operazione richiesta attraverso il sito web dell'ente. Il riversamento avviene poi seguendo le consuete regole in vigore per Pago Pa. Messo a punto dall'Agenzia per l'Italia Digitale e dal Team per la trasformazione digitale, PagoPa è attualmente utilizzato da enti della Pubblica amministrazione, banche, poste, istituti di credito e privati e ha registrato oltre 10 milioni di transazioni sulla sua piattaforma, con un tasso di crescita nel 2018 del 219% sul 2017. «Con il servizio digitale Bancomat Pay», spiega l'ad di Bancomat, Alessandro Zollo, «sosteniamo insieme alle banche l'innovazione del Paese facendo l'ingresso nel mondo dei pagamenti della Pa». (riproduzione riservata)



Trasferimenti Sarà utilizzabile per i versamenti alla pubblica amministrazione e accessibile anche ai «non clienti» dell'istituto

Intesa Sanpaolo: Bancomat Pay entra nel circuito PagoPa

■ Bancomat Pay è entrato a far parte di PagoPa, il sistema unico di gestione dei pagamenti elettronici per la pubblica amministrazione. E Intesa Sanpaolo è il primo payment service provider che offrirà il servizio verso tutti i clienti titolari di Bancomat Pay, consentendo di effettuare pagamenti verso la pubblica amministrazione attraverso il proprio smartphone.

I pagamenti, si legge in una nota, vengono effettuati in tempo reale, con una semplice conferma sul proprio cellulare dell'operazione richiesta attraverso il sito web dell'ente. Il riversamento avviene poi seguendo le consuete regole attualmente in vigore per PagoPa.

«Dopo carte di credito, Mastercard, MyBank, Pago In Conto e PayPal, siamo lieti di essere i primi ad offrire a tutti i clienti titolari di Bancomat Pay, non necessariamente nostri clienti, una soluzione di pagamento semplice, veloce ed innovativa», afferma Stefano Favale, responsabile della Direzione Global Transaction Banking - Divisione Corporate & Investment Banking di Intesa Sanpaolo, segnalando che con l'introduzione del nuovo servizio il gruppo «conferma il ruolo centrale di PagoPa nella propria strategia evolutiva in ambito pagamenti digitali».

Messo a punto dall'Agenzia per l'Italia Digitale e dal Team per la Trasformazione Digitale, PagoPa è attualmente utilizzato da enti della pubblica amministrazione, banche, poste, istituti di credito e privati e ha registrato oltre 10 milioni di transazioni sulla sua piattaforma, con un tasso di crescita nel 2018 del 219% sul 2017.

Tom. Car.

©RIPRODUZIONE RISERVATA



Il circuito PagoPa si allarga alle carte di debito. Intesa prima banca a partire

Tasse e servizi pubblici si potranno pagare col bancomat

■ Da oggi è possibile effettuare pagamenti verso la pubblica amministrazione attraverso il proprio smartphone grazie al servizio lanciato da Agenzia per l'Italia Digitale, Team per la Trasformazione Digitale, Bancomat S.p.A. e Intesa Sanpaolo. Bancomat Pay, spiega una nota, è infatti entrato a far parte di PagoPA, il sistema unico di gestione dei pagamenti elettronici per la Pubblica Amministrazione.

Intesa Sanpaolo è il primo payment service provider che offrirà il servizio verso tutti i clienti titolari di Bancomat Pay. I pagamenti vengono effettuati in tempo reale, con una semplice conferma sul proprio cellulare dell'operazione richiesta attraverso il sito web dell'ente. Il riversamento avviene poi seguendo le consuete regole in vigore per PagoPA. Messo a punto dall'Agenzia per l'Italia Digitale e dal Team per la Trasformazione Digitale, PagoPA è attualmente utilizzato da enti della pubblica amministrazione, banche, poste, istituti di credito e privati e ha registrato oltre 10.000.000 di transazioni sulla sua piattaforma, con un tasso di crescita nel 2018 del 219% sul 2017.

«Con il servizio digitale Bancomat Pay - dichiara Alessandro Zollo, Amministratore Delegato Bancomat Spa - sosteniamo insieme alle banche l'innovazione del Paese facendo ingresso nel mondo dei pagamenti della pubblica amministrazione. L'entrata di Bancomat Pay in PagoPA permetterà a tutti i clienti di Bancomat Pay di utilizzare il nuovo servizio, a prescindere dalla banca di appartenenza, mediante gli stessi canali delle banche o attraverso il sito web PagoPA».

«Con l'introduzione di Bancomat Pay - afferma Stefano Favale, Responsabile della Direzione Global Transaction Banking - Divisione Corporate & Investment Banking di Intesa Sanpaolo - il Gruppo conferma il ruolo centrale di PagoPA nella propria strategia evolutiva in ambito pagamenti digitali. Dopo carte di credito, Masterpass, MyBank, Pago In Conto e PayPal, siamo lieti di essere i primi ad offrire a tutti i clienti titolari di Bancomat Pay, non necessariamente nostri clienti, una soluzione di pagamento semplice, veloce ed innovativa».

R.E.



Gli scambi

Facebook vuole lanciare una propria criptovaluta

Una criptovaluta che permetterà agli utenti di WhatsApp di inviare denaro in tempo reale, la cui valutazione non sarebbe legata all'instabilità del mercato ma ancorata a beni materiali come l'oro o il dollaro statunitense. È il progetto a cui starebbe lavorando Facebook, secondo indiscrezioni del New York Times e di Bloomberg. Mentre nel settore chat, in seno ad un'altra società, è partito invece un esperimento bizzarro per cui gli utenti pagano un centesimo per ogni carattere scritto nel messaggio. La valuta digitale di Facebook potrebbe chiamarsi FaceCoin, dovrebbe essere lanciata entro il 2019 o all'inizio del 2020, anche per contrastare la concorrenza di Telegram e Signal, altre app di messaggistica che stanno lavorando a soluzioni analoghe.



Il capo di Amazon Cambia (dopo il divorzio) l'uomo più ricco del mondo



AP PHOTO/ANDY ROGERS

La metamorfosi di Jeff Bezos, 55 anni, a sinistra in una foto che risale al 2004, e a destra com'è oggi il capo di Amazon

Muscoli, social e sogni spaziali La metamorfosi di Bezos

di **Massimo Gaggi**

Da nerd pallido a muscoloso social: Jeff Bezos cambia immagine, dopo la fine del suo matrimonio, durato 25 anni. La metamorfosi del capo di Amazon riguarda anche i suoi nuovi interessi, come il desiderio di diventare astronauta.

a pagina 13

Metamorfosi di Bezos: da nerd pallido a muscoloso social (e molto esposto)

La «nuova vita» hollywoodiana del patron di Amazon

In pubblico

La stampa lo ribattezzò «Bionic Bezos» nel 2017 per le braccia nude e i bicipiti enormi

NEW YORK Jeff Bezos che lascia MacKenzie, sua moglie da un quarto di secolo, e ufficializza la relazione con Lauren Sanchez (scivolando, poi, sul mezzo scandalo del selfie dei suoi genitali), non è solo la storia di un uo-

mo di successo che sbanda per una donna giovane e sensuale: il fondatore di Amazon vive da anni una sorta di metamorfosi che lo ha trasformato su vari fronti. Prima il fisico: da omino gracile e ingobbito con un'espressione dimessa sul volto a simil Bruce Willis superlestrato.

Bionic Bezos, come lo ribattezzò la stampa quando, nel 2017, si presentò a una conferenza estiva a Sun Val-



ley con la faccia truce e a braccia nude, ostentando bicipiti enormi.

Negli anni, poi, è cambiato anche l'universo delle sue fantasie: dalla passione per l'astronomia al desiderio di diventare astronauta sui missili e le navette di Blue Origin, la sua impresa spaziale. E poi, spostandosi da un angolo all'altro di Los Angeles, il passaggio dall'era delle frequenti visite a Disneyland dove amava andare a fantasticare anche da adulto, all'insediamento ad Hollywood come produttore cinematografico (con Amazon) e come organizzatore di feste sfarzose (in proprio).

Aperto le porte della sua villa al mondo dello spettacolo e del pettegolezzo e ufficializzando la relazione con Lauren, moglie di Patrick Whitesell, uno dei personaggi più influenti di Hollywood con forti legami con la stampa tabloid, Bezos ha finito per attrarre un'attenzione morbosa. Secondo una ricostruzione del *New York Times*, Jeff ha provato a difendersi affidandosi, per la sua comunicazione personale, a Gavin de Becker, una vecchia volpe dei salotti cinematografici, e a Michael Sanchez, il fratello della sua nuova compagna. Ma i due sono entrati immediatamente in

conflitto tra loro mentre Michael — fan di Trump e amico di personaggi vicini al presidente come Roger Stone e Carter Page — è sospettato di essere la fonte di indiscrezioni salaci sulla vita privata di Bezos.

Jay Carney, l'ex portavoce di Barack Obama alla Casa Bianca che ora, da vicepresidente per le comunicazioni, è responsabile dell'immagine di Amazon, sta tentando disperatamente di riprendere il controllo delle informazioni relative al suo capo nel timore che il variopinto circo che si agita attorno a lui prima o poi danneggi gravemente il gigante di Seattle. Bezos vede il rischio: vorrebbe tenere la sua immagine privata separata da quella di capoziaida ma si è affidato alle persone sbagliate e lui stesso finisce per sovrapporre le due dimensioni quando, ad esempio, denuncia la minaccia del *National Enquirer* di pubblicare le sue foto più imbarazzanti come un tentativo di estorsione. Accusando, poi, l'editore, David Pecker, di colpirlo per conto del presidente Trump, nemico giurato di Amazon.

Bezos è uscito allo scoperto da solo, senza consultare gli organi societari, con un post pubblicato dal sito *Medium* il 7 febbraio. A quasi un

mese di distanza, però, non è riuscito a dare risposte a chi gli chiede prove per le sue accuse, soprattutto nei confronti di Trump. Anche se Pecker non è di certo una mammola (durante la campagna elettorale del 2016 garantì a Trump il silenzio di una modella di Playboy che aveva avuto una relazione con lui), Bezos ora sembra in difficoltà: non è riuscito a trovare prove nonostante l'impegno dei suoi investigatori. Del caso ora si sta occupando la polizia di Los Angeles.

Brad Stone — celebre narratore della rivoluzione tecnologica e biografo di Bezos con un libro molto critico, *Vendere tutto*, pubblicato qualche anno fa — oggi sembra difenderlo sostenendo che l'uomo più ricco del mondo è cambiato anche sul piano fisico, gonfiandosi insieme al business di Amazon, perché affascinato dalle missioni nello spazio che richiedono un fisico prestante, più che da Lauren. E Jeff, che parla spesso di popolare il sistema solare con le missioni di Blue Origin, in una conferenza recente è sembrato confermare, stando al resoconto di *Business Insider*: «Cerco di riorganizzare il mio tempo qualora dovessi allontanarmi per due o tre anni».

Massimo Gaggi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

130

miliardi di dollari

la fortuna personale di Jeff Bezos, considerato l'uomo più ricco del mondo avendo superato Bill Gates

 **La parola****NERD**

Nerd è un termine inglese con cui viene definito chi sa usare molto bene la tecnologia e non ama la mondanità. Nato con intento dispregiativo, la parola ha assunto oggi un significato positivo, una sorta di riscatto di chi non ha grande fascino ma molta competenza

**Sorriso e cappellino**

In maniche corte a Sun Valley: Jeff Bezos in perfetta forma fisica (Getty Images)

Sfida nella pubblicità web, Amazon contro tutti

Una raccolta pubblicitaria che vale oltre 10 miliardi di dollari (8,8 miliardi di euro) ma che a fine 2019 aumenterà ulteriormente a quota 15 miliardi di dollari (13,2 miliardi di euro), su del 50%. Secondo le previsioni di eMarketer, istituto internazionale di ricerche di mercato e tra i più accreditati, continueranno a essere anni di crescita per Amazon nel settore della pubblicità digitale. Già negli ultimi tre anni, peraltro, la sua quota di mercato è passata all'8,8% dal precedente 1,5%. Ma ai danni di chi si svilupperà la piattaforma di e-commerce di Jeff Bezos, che ha avuto finora il suo unico business di riferimento nel cloud (una sorta di server virtuale per conservare file e documenti vari, ndr)? Tutti. Tutti gli operatori del mondo pubblicitario online avranno a che vedere con Amazon.



Jeff Bezos

Google, per esempio, ha già scritto nel suo report annuale che è «in competizione con Amazon nella pubblicità», visto che quest'ultima permette ai consumatori di fare ricerche su quello che vogliono acquistare direttamente dal proprio motore di ricerca interno. Ma anche chi vende online è sempre più tentato di promuoversi là dove il pubblico cerca prodotti, piuttosto che genericamente tramite una campagna search. Non ha di che rallegrarsi nemmeno Facebook, che agli inserzionisti offre dati su tutto quello che piace ai suoi utenti, grazie alle pubblicità display. Peccato, però, che anche Amazon abbia a disposizione una mole imponente di dati e che questi ultimi, invece, si riferiscano alle abitudini degli iscritti proprio quando decidono di comprare qualcosa (non a hobby e passatempi come nel caso di Facebook).

A proposito di concorrenza, sul fronte della pubblicità digitale ci sono pure Microsoft e Verizon a dover tenere sotto controllo Amazon. Senza poi considerare tutti coloro che vivono di campagne video, date le incursioni sempre più frequenti della piattaforma Usa nel settore dei consigli per gli acquisti.



IL RUOLO POLITICO DI AMAZON

Jay Carney è vicepresidente del gigante dell'e-commerce, ma non dimentica il suo passato da giornalista, e dopo un po' di cloud comincia a parlare di democrazia

DA OBAMA ALLA CORTE DI "JEFF"

JAY CARNEY HA UN SOGNO TECH

E' stato portavoce del presidente, ora è il gran ambasciatore dell'uomo più ricco del mondo e parla di crescita, Amazon, futuro dei media e Putin. Intervista esclusiva

Alle critiche dei dem come Bernie Sanders e Ocasio-Cortez risponde che lui crede nel creare ricchezza, innovazione, posti di lavoro

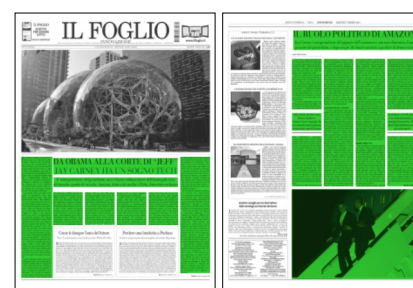
Assistiamo a livello globale a un allontanamento dai principi democratici. Negli Stati Uniti dobbiamo tenere gli occhi aperti

Jay Carney, 53 anni, è il più prestigioso pezzo di aristocrazia pubblicistica prestato alla tecnologia americana. Ex corrispondente del Time da Mosca, dove ha raccontato la transizione del post Urss, ex capo di Time a Washington e poi capo ufficio stampa del vicepresidente Joe Biden e poi di Barack Obama, dal 2015 è l'ambasciatore globale di Amazon. Gira il mondo a incontrare presidenti e ministri e a spiegare che Amazon non è solo scatoloni con lo smile. Per conto di "Jeff", come chiama lui il suo boss, l'uomo più ricco del mondo, Jeff Bezos.

Il passaggio dalla sua prima vita, quella da giornalista, alla Casa Bianca nacque per caso. "Uno dei miei migliori amici, Tony Blinken, con cui avevamo una band e facevamo della orribile musica garage, divenne improvvisamente vice segretario di stato con Obama. Io all'epoca ero capo della redazione di Washington di Time, e mi dissero: perché non vieni, il vicepresidente sta cercando qualcuno. Poi Obama mi chiese di diventare il capo della comunicazione della Casa Bianca. Alla fine quando ho lasciato l'Amministrazione pensavo che non avrei mai più fatto un lavoro così interessante: ma poi mi sono ricre-

duto. Ad Amazon facciamo un'infinità di cose così diverse. E abbiamo una presenza globale". Siete un po' uno stato, e avete una specie di politica. "All'inizio eravamo una compagnia come le altre della West Coast, non certo concentrata su Washington, e Jeff è stato sempre molto focalizzato sul business e sull'innovazione, non certo sulla politica. Poi crescendo è diventato necessario".

Lui fu consultato sull'acquisto del Washington Post, che ha reso Bezos il nemico numero uno di Trump (fino alla coda sul divorzio di Bezos, con il mistero delle foto ignude, e tutto il tormentone mediatico conseguente)? "No, io non ero nemmeno ancora alla Casa Bianca all'epoca", dice Carney. "Anzi, quando Jeff l'ha comprato, nel 2013, una mia collega mi chiese terrorizzata cosa sarebbe successo, e anch'io pensai, chissà cosa succederà. Magari an-



drà malissimo. Nessuno lo sapeva. Ma a parte che il Post è un investimento personale di Bezos, posso dire che è bello vedere un grande giornale americano che è tornato a essere rilevante e incisivo come un tempo. Naturalmente pone Jeff costantemente sotto i riflettori". E' un *complexifier*, come ha scritto "Jeff" ribellandosi all'estorsione delle foto. Lei lo sta consigliando almeno adesso? "Oh, no, sono affari suoi, del tutto personali, però direi che sta facendo delle cose che me lo fanno ammirare molto". Lui comunque (Carney) crede ancora nei giornali, "nonostante sia stato un uomo di televisione, mia moglie è pure una giornalista televisiva, alla Abc, ma credo che la carta stampata rimarrà sempre l'unico luogo in cui trovi le analisi che la tv o Twitter non possono offrire. Certo, è un modello finanziariamente complicato, ma penso che mai come oggi il giornalismo sia tornato rilevante. E Trump è stato un ottimo campanello d'allarme per ricordarcelo".

Anche Amazon si butterà sulle notizie, come pare farà Apple in qualche modo? Non crede, "creiamo contenuti di intrattenimento per Amazon Studio ma per le news no, Jeff è molto interessato ai media, ma non tanto da fare qualcosa d'altro che non sia il Post". Recentemente Carney ha ritwittato Madeleine Albright, l'ex segretario di stato che ha scritto un pamphlet sul nuovo fascismo. "Dobbiamo essere consapevoli e attenti che possa succedere. Non credo che stia già succedendo ora, però", dice Carney. "Ma assistiamo a livello globale a un allontanamento dai principi democratici in vari settori. Negli Stati Uniti ci siamo abituati a una democrazia così stabile e duratura, ma dobbiamo tenere gli occhi aperti. Non è scontato che ci sarà ancora nei prossimi cent'anni". E la Russia? "Da molti anni Putin e la sua amministrazione vedono l'occidente unito come una minaccia, con l'Unione europea e la Nato come un pericolo per il suo regime. Penso che Putin abbia avuto uno straordinario successo nel portare avanti il suo progetto di indebolire l'occi-

dente, non solo intervenendo nelle elezioni americane, ma anche con quello che sta facendo in Europa. La cosa interessante è che per fare questo ha speso pochissime risorse. Del resto la Russia è un paese in forte declino. Il paese va male ma lui è sempre più potente. E questo credo che sia un aspetto su cui gli Stati Uniti devono stare attenti, ricordandosi di stare più vicini ai loro alleati europei".

Ma insomma l'America continuerà a crescere con l'innovazione? "La tecnologia continuerà a guidare la crescita, certo. Non possiamo mica tornare indietro agli anni Cinquanta e pensare di puntare sul manifatturiero". Spiegare la tecnologia però non è sempre facile. Forse più difficile che spiegare la Russia.

Adesso per esempio che Amazon ha annunciato l'apertura di una "regione" di "cloud" a Milano all'inizio del 2020, che mai vorrà dire? L'ambasciatore-giornalista tenta di spiegarcelo. "Tutti pensano alla Amazon che vende cose, ai nostri magazzini, ma pochi sanno che c'è anche un altro tipo di servizio. Se Amazon fornisce una grande infrastruttura per chi vuole comprare o vendere qualcosa, Amazon Web Services fornisce un tessuto connettivo che offre potenza di calcolo, capacità di immagazzinare dati, analisi, elaborazione, storage, database". Di fronte alla nostra faccia tipo quella dei senatori americani rincitrulliti con Zuckerberg ("we run ads"), riprova. "Vedi, anche io non sono un tech guy, un uomo di tecnologia. Diamo un sacco di cose per scontate noi oggi: ma è tutto grazie al cloud, per esempio se Alexa, l'assistente virtuale di Amazon, permette di ordinare una pizza o di mettere la musica preferita. Ed è una rivoluzione che è appena cominciata.

"Solo il 14 per cento dell'infrastruttura informatica utilizza il cloud per ora, quindi siamo ancora all'inizio", continua Carney. "Tutto ciò che di interessante succederà nei prossimi anni succederà grazie al cloud: domotica, auto intelligenti, tutto".

Carney si esalta: però la gente di questa tecnologia ha un po' paura. Io

per esempio temo l'assistente che ti ascolta. "Oh, no", ride, "Alexa non ti ascolta, ascolta solo quando usi la parola di attivazione, a differenza di altri dispositivi". Il luddista collettivo teme anche l'aspirapolvere robotico che gira mappandoti casa, o la tv sul cui libretto di istruzioni c'è scritto: non parlate di cose personali vicino allo schermo.

"Le novità tecnologiche sono eccitanti e paurose allo stesso tempo", dice Carney, che sembra divertirsi molto in questa terza fase della sua carriera, diplomatico amazonico. "Quando stavamo per lanciare Alexa eravamo tutti molto nervosi, perché l'ultima volta che ci eravamo cimentati con la costruzione di un hardware, di un qualcosa di fisico era - forse ve lo ricordate - il telefono Fire Phone. Tu hai mai visto un Fire Phone? Nessuno l'ha mai comprato. E' stato un grande investimento, ma non è piaciuto, perché la tecnologia è così, si va avanti, si prova, si sbaglia, ci si corregge in corsa. Alexa per esempio è nata da un'idea di Jeff, che voleva un computer intelligente alla 'Star Trek', e l'abbiamo sviluppato, ed è andato bene, ma una delle prime cose che ho imparato in questa mia nuova carriera è che ci sono decine di progetti che vengono messi da parte perché semplicemente non funzionano".

Un'altra cosa che non funziona è la sanità americana, e Amazon sta provando ad aggiustarla. L'anno scorso ha annunciato di aver formato un consorzio con Berkshire Hathaway e JPMorgan Chase per dare prestazioni sanitarie ai dipendenti, che sono 1,2 milioni. "Da reporter mi sono occupato della sanità in America, e poi alla Casa Bianca abbiamo fatto la riforma Obamacare e quindi so quanto è una materia complessa, dunque non possiamo prevedere come andrà, ma di certo vogliamo creare una sanità più economica e più efficiente per i nostri dipendenti. Abbiamo un ceo di questa divisione, il dottor Atul Gawande, chirurgo di Harvard e divulgatore sul New Yorker, uno dei più famosi medici americani. Siamo ancora nelle prime fasi di questo processo. E' un esperimento".

Grande distribuzione e fazzoletti

Un altro esperimento riguarda la grande distribuzione: da una parte ci sono i negozi Amazon Go, quelli senza casse, con i sensori che registrano quello che comprate e poi vi fanno pagare sulla app. Dall'altra l'acquisizione di Whole Foods, la catena di supermercati bio. "E' molto interessante perché rende l'idea di come Amazon è davvero, e come invece è percepita. Tra Amazon e Whole Foods siamo a meno del 3 per cento del mercato, anche se tutti ci pensano molto più grandi, forse perché siamo attivi in molti altri settori". Dopo la fusione Whole Foods ha abbassato i prezzi, tradizionalmente siderali (c'è tutta una letteratura in proposito, e il soprannome "whole paycheck", tutto lo stipendio). Adesso, se passi la app Amazon alla cassa, hai diritto a degli sconti. Il luddista collettivo sospetta che il contrappasso sia il risucchio dei tuoi dati. "Siamo molto bravi con la logistica e nell'abbassare i costi e dunque sta funzionando molto bene anche con la grande distribuzione", risponde Carney. "I prezzi scendono, anche se certo non diventeranno super-economici, perché è roba di qualità. Ma per quanto riguarda i dati, tutti i negozi lo fanno, tutti usano gli stessi dati. E sai una cosa? Se vuoi paghi cash: puoi, e nessuno saprà niente di te". "Però lasciamelo dire, il nostro business model è molto diverso da quello di altre aziende tecnologiche, e non per dire che siamo moralmente superiori. Siamo semplicemente diversi. Noi non offriamo servizi gratis in cambio dei tuoi dati". Quindi io non sono il prodotto. "Nel nostro sistema, tu vieni da noi per comprare qualcosa, e solo allora, quando ci sarà una transazione, noi avremo accesso ad alcuni tuoi dati. Certo, se ti compri un fazzoletto, la volta dopo avrai nuove offerte per fazzoletti. Però noi - a differenza di altri - non vendiamo i tuoi dati a terzi, insomma non li vendiamo ai produttori di fazzoletti. E' una distinzione importante".

Rassicurati sui fazzoletti, un'altra paura dei tecnofobi è però quella del robot-che-sostituirà-l'uomo. Così fa un po' impressione che quando, qualche tempo fa a San Francisco, si è sta-

ti in un Amazon Go, ci fosse un cartello con scritto “assumiamo”. Ma se non avete commessi, chi dovrete assumere? “Ma Amazon Go è un progetto *labor intensive*, ci lavorano tante persone, ingegneri, informatici”, si impietosisce Carney. “Magari tu non li vedi, ma dietro alla facciata c’è un sacco di gente. Che valuta e prevede tutti gli scenari possibili. Un sacco di esperimenti, se sei con tuo figlio e lui prende una cosa, poi la rimette a posto, ma in un altro scaffale. Simuliamo anche furti, è molto divertente”.

Quindici dollari l’ora

Tocca porgli poi l’annosa questione. Sospira. “Buona parte del mio lavoro quando viaggio è rispondere a questa domanda sui nostri magazzini: io invito tutti a visitarli. Venite a vederne uno, parlate con i dipendenti, siamo aperti. Vedrete che siamo buoni datori di lavoro: abbiamo un programma come Career Choice, un piano che paga ai dipendenti costi di formazione per lavori particolarmente richiesti, anche in Italia, anche lavori che non hanno niente a che fare con noi. Sono abbastanza orgoglioso di questo, e della nostra cultura del lavoro, sinceramente” dice Carney, e si vede che qui vien fuori la sua anima più politica.

Non gli fa specie essere criticato da membri dello stesso Partito democratico per cui ha lavorato (la deputata Alexandria Ocasio-Cortez parla di sfruttamento del lavoro, Bernie Sanders ha un piano che si chiama “Stop

Bad Employers by Zeroing Out Subsidies Act” altrimenti detto “Stop BEZOS”). “Mah, cosa vuoi che ti dica. C’è democratico e democratico. Io sono quel tipo di democratico che crede nel creare ricchezza, creare crescita e posti di lavoro e ridurre la povertà. In America il reddito operaio è praticamente fermo da trent’anni, se non è andato indietro. Io credo che questo sia un tema molto importante. Amazon da una parte ti fa fare i corsi: puoi studiare, gratis, per imparare per esempio a guidare un camion. Un camionista guadagna 35-40 dollari l’ora. E’ la paga più alta che può avere un lavoratore non istruito negli Stati Uniti; dall’altra parte c’è il reddito minimo: è una cosa su cui ho lavorato molto in prima persona. L’anno scorso Amazon ha introdotto per primo la paga minima oraria a 15 dollari: è quasi il doppio di quella federale, in America. E faremo pressione sul Parlamento perché sia adottata anche nel resto del paese”. Ah, perché non abbiamo un Carney alle primarie. Lui conclude, presidenziale: “L’America è in uno dei periodi di crescita più prolungata che si siano mai visti, certo. Ma il novanta per cento di questa crescita si deve ai provvedimenti presi con Obama dieci anni fa, quando una crisi economica avrebbe potuto diventare una catastrofe, e alcune persone presero decisioni coraggiose. Oggi la crescita per andare avanti necessita di decisioni intelligenti. E di un po’ di fortuna”.

Michele Masneri



Jay Carney e Barack Obama scendono dall'Air Force One nel giugno 2014 (Reuters/Kevin Lamarque)

LA NOVITÀ DELLA RETE VELOCE

Il 5G sbarca negli stadi I tifosi diventano hi tech

A breve telecamere e dispositivi per vedere le gare con il proprio cellulare. Udine e Roma capofila

Cinzia Meoni

■ Giocare la partita come se si fosse realmente in campo, scegliere l'angolazione migliore per esaminare ogni aspetto del match e magari sperimentare il pre partita nello spogliatoio con la squadra. Tutto questo potrebbe essere possibile già entro a fine anno grazie alla copertura in 5G degli stadi che inizierà a funzionare con la messa in vendita dei primi dispositivi in 5G. Anche se una simile rivoluzione richiede un intervento e una disciplina anche parte degli altri interlocutori coinvolti a iniziare dalla lega.

Tim, che solo per l'acquisizione delle licenze 5G ha già investito 2,4 miliardi, ha già avviato la copertura 4.5G dello stadio Olimpico di Roma e della Dacia Arena di Udine utilizzando la soluzione Xran di Jma, altri seguiranno. Si tratta, secondo quanto spiegato dalla società di «una tecnologia mobile propedeutica allo sviluppo del 5G che consente di fruire di servizi e applicazioni di nuova generazione tipici della futura rete mobile, in grado di raddoppiare le performance degli utilizzatori». Il primo obiettivo è quello di «offrire elevati standard di qualità a tutti i tifosi che frequentano i due stadi, per rispondere alla crescente richiesta di maggior connettività», anche attraverso «l'interazione dinamica tra spettatori e

ambiente».

Ma è solo l'inizio. La tecnologia 5G permetterà ai tifosi di scendere virtualmente in campo grazie alla capillare copertura degli stadi con numerose "web cam Full HD" che, attivate in vari punti a bordo campo, consentiranno allo spettatore di scegliere da quale punto di vista esaminare un'azione di gioco. All'orizzonte si possono poi immaginare numerose altre soluzioni in grado di trasformare la partita, vista allo stadio o dal divano di casa, in un'esperienza completamente diversa rispetto a quella attuale. L'evoluzione tecnologica offerta dal 5G consente, ad esempio, di far parlare gli oggetti. Se in futuro i 22 giocatori indossassero "wearable cam", oggetti abilitati alla trasmissione (attualmente la circolare 20 della Lega

A lo vieta), il tifoso potrebbe persino scendere in campo affiancando portiere, ali, difensori e attaccanti. Per non parlare della possibilità teorica (i diritti di trasmissione costituiscono un capitolo a parte), di utilizzare la realtà virtuale per entrare virtualmente negli spogliatoi del club nel pre partita o nell'intervallo. Si può infine immaginare che la tecnologia 5G possa essere utilizzata in futuro per la gestione del match nella evoluzione della Var (al momento la registrazione Var è regolata dalla circolare 11 e le immagini non sono trasmesse).

Un simile scenario potrebbe far sembrare preistoria non solo le prime stagioni del campionato, nato sotto l'egida della Figc nel 1898, quando il solo modo per godersi una partita era andare allo stadio, ma anche campionati più recenti, quando le partite iniziavano ad essere raccontate, in tutto o in parte, in radio e in televisione.

Nonostante il 5G non sia ancora realtà, si sta già infine lavorando alle future applicazioni che uniscono sport e tecnologia. Come il Virtual Coach, un algoritmo creato da Math&Sport start-up incubata al Polihub e vincitrice dell'"Action for 5G" di Vodafone, che sfrutta la velocità di connessione e i ridotti tempi di latenza (ovvero lo scarto di tempo tra l'azione e la trasmissione) del 5G, per elaborare i dati fornendo allo staff tecnico indicazioni in tempo reale su come ottimizzare la strategia di gioco o contrastare la tattica avversaria. I tifosi invece potranno visualizzare le dinamiche di gioco della squadra o del singolo giocatore, le alternative possibili, il rischio assunto e il livello di pressione subito. L'idea, spiegato da Math&Sport è quella di arrivare alla sperimentazione di Virtual Coach negli stadi già entro la fine dell'anno.



A Milano il data center di Irideos con l'80% del traffico web su fibra

TLC

L'infrastruttura della società vanta 30mila km di rete con 2.100 punti di accesso

Offre servizi di security, cloud e connettività con un focus per le imprese

Antonio Larizza

In Via Caldera, a Milano, nello stesso edificio dove pulsa il Mix, il principale Internet eXchange italiano, sorge l'Avalon campus: il più grande hub italiano per connessioni in fibra ottica, unico punto in Italia per connettersi via banda ultra larga con gli operatori nazionali e internazionali. Su un'area di 8.900 metri quadrati, in 23 sale e quattro blocchi, il campus ospita i server di Irideos e grazie a 11mila link in fibra ottica smista il traffico internet di 155 tra operatori, internet service provider e tutti gli over the top: da Facebook a Netflix, passando per Google.

L'Avalon campus è uno degli asset strategici di Irideos, l'operatore ict italiano controllato al 78,3% dal fondo F2i e nato da una serie di acquisizioni. Infracom, Mclink, KPN-Qwest nell'agosto del 2018. Più recentemente Enter e Clouditalia. Dall'unione delle parti è nata un'infrastruttura che vanta una rete nazionale di 30mila km di fibra ottica, con oltre 2.100 punti di accesso alla fibra lungo le autostrade. Ma anche 15 data center - tra Milano, Verona, Trento, Roma e Arezzo - tra cui il già citato Avalon campus di via Caldera a Milano. Luogo fisico dove transita gran parte del traffico internet italiano. Il data center di via Caldera è infatti un'eredità dell'infrastruttura di Infracom, attraverso cui la società ora confluita in Irideos dichiarava di gestire l'80% del traffico web italiano su fibra ottica.

«L'infrastruttura su cui oggi può contare Irideos - spiega il presidente Alberto Trondoli, già amministratore di Metroweb - garantisce

all'azienda di offrire un pacchetto di servizi avanzati di connettività, cloud e cybersicurezza alle imprese italiane».

Se si include l'ultima acquisizione, quella di Clouditalia, le risorse investite per la nascita di Irideos sono stimabili in circa 180 milioni di euro. Nel 2017 la società ha generato un fatturato di 285 milioni di euro, impiegando oltre 700 dipendenti. «Il 2019 - spiega Trondoli - sarà l'anno dell'integrazione: dobbiamo lavorare per mettere a sistema le varie realtà aziendali che sono confluite in Irideos, creando una cultura aziendale comune per quello che ha l'ambizione di diventare un operatore tlc al 100% italiano e focalizzato sulle imprese».

È questa la sfida imprenditoriale che anima Trondoli e il suo gruppo dirigente. Un operatore di servizi digitali al servizio del tessuto imprenditoriale italiano, dalle Pmi alle grandi imprese. «I grandi operatori come Tim, Fastweb, Vodafone e Wind - spiega Trondoli - oltre ad avere proprietà straniere, scontano il fatto di essere concentrati più sui business del retail e del mobile che su quello del business. Noi ci differenzieremo proprio in questo: il nostro focus sarà sulle imprese, a cui forniremo servizi completi e, per i clienti più grandi, anche personalizzati». L'offerta di Irideos si rivolgerà anche a soggetti della Pubblica amministrazione.

Sfruttando le dorsali proprietarie di rete in fibra ottica che attraversano il Paese, la società guidata da Alberto Trondoli punterà anche a servire i distretti turistici. Il modello di business si basa su accordi con le comunità degli albergatori e con le amministrazioni locali. E su una domanda crescente di servizi di connettività avanzata. «Oggi nei distretti turistici cresce la domanda di wi-fi da parte dei viaggiatori: bar, alberghi e ristoranti devono offrire servizi all'altezza se non vogliono veder penalizzata la struttura». Già oggi Irideos serve i distretti turistici di Campiglio, Canazei, Porto Cervo, Levico terme e Lignano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IN NUMERI

30mila

Km di dorsali in fibra

La rete di Irideos si estende in 30mila km di backbone in fibra lungo la dorsale adriatica e la rete autostradale, dove sono presenti oltre 2.100 punti di accesso

15

Data center

A Milano Irideos ha 9 data center, tra cui l'Avalon campus di via Caldera che opera a fianco del Mix, il principale internet eXchange italiano. Altri sono a Roma, Trento, Verona e Arezzo.

285 milioni

I ricavi 2017

A tanto ammontano i ricavi registrati da Irideos nel 2017. Il gruppo ha oltre 700 dipendenti e sulla sua rete ospita 155 tra operatori, Isp e Ott.



ALBERTO TRONDOLI

Ex amministratore delegato di Metroweb, oggi è presidente di Irideos



Tra occhi elettronici e cobot virata hi-tech per l'industria

Innovazione. Nella regione iniziano a diffondersi applicazioni digitali 4.0 al servizio dei processi Bernini (Dih Toscana): la sfida è passare dalla logica del bonus a quella della competitività

Pagina a cura di

Luca Orlando

Il robot lo prende in consegna. Le telecamere lo scandagliano. L'algoritmo dice: tutto bene. Al sistema di intelligenza artificiale creato da Gkn Driveline bastano pochi istanti per validare uno dei 10 mila semiassi per auto prodotti ogni giorno dall'impianto. «Parti critiche - spiega l'ad Cesare Ottavi - il cui "richiamo" in caso di difetti potrebbe costare alla nostra azienda milioni di euro. Ecco perché abbiamo deciso di investire in intelligenza artificiale». Il sistema creato dall'azienda toscana, in grado di controllare 43 parametri del prodotto, è risultato talmente efficace da convincere la casa madre tedesca ad estenderlo all'intero gruppo, ponendo nei fatti il sito fiorentino come benchmark di innovazione.

Non un caso isolato sul territorio, che progressivamente sta entrando nel mondo 4.0 sfruttandone i vantaggi in termini di qualità, flessibilità e tracciabilità. Percorso accelerato grazie all'avvio dei nuovi meccanismi di trasferimento tecnologico previsti dal piano Impresa 4.0: i competence center e i digital innovation hub (Dih). Già operativo il Dih toscano, che dal proprio avvio a inizio 2018, oltre ad aver sviluppato diversi progetti per la formazione 4.0., ha incontrato oltre 700 aziende, effettuando più di 100 assessment sul livello di

maturità digitale, 29 incontri formativi, 50 analisi tecniche, 46 perizie sugli investimenti 4.0. «Siamo all'inizio di un percorso - spiega il presidente del Dih Toscana Fabrizio Bernini - in cui credo che l'aspetto chiave sia quello di aiutare l'imprenditore a identificare Industria 4.0 non tanto e non solo come uno sconto fiscale per un macchinario nuovo ma soprattutto come leva per cambiare prodotti e processi in chiave competitiva».

Entro marzo tutte le territoriali di Confindustria in regione avranno attivato uno sportello ad hoc, primo punto di contatto per le aziende che provano a capire come avviare il percorso.

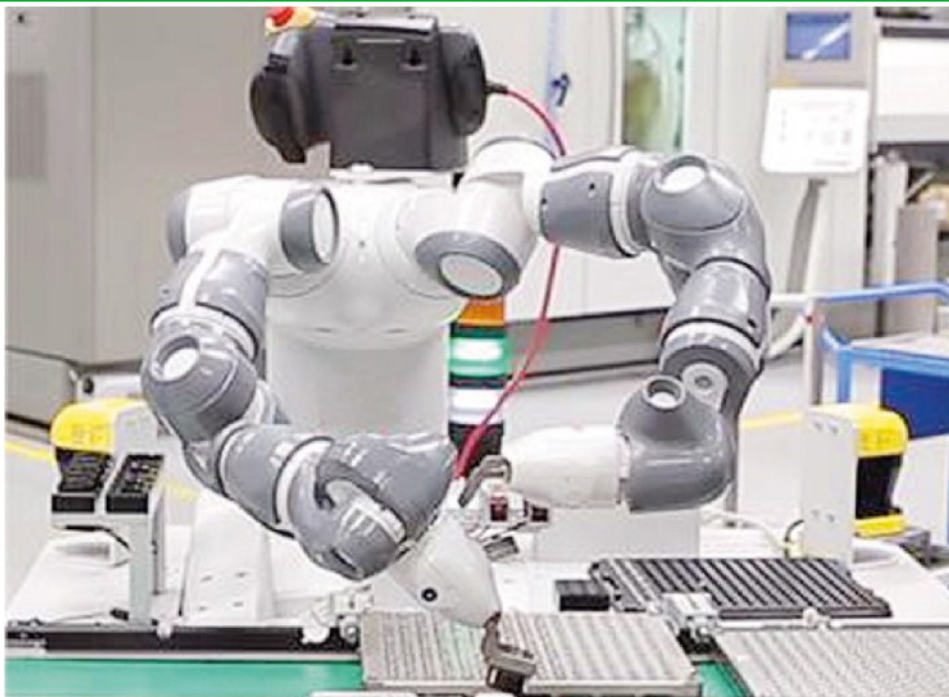
«Ad esempio - aggiunge Bernini - abbiamo aiutato un produttore di presse a connettere le proprie macchine e a far confluire questi dati in cloud. In modo da attivare con i clienti percorsi di manutenzione a distanza e per questa via migliorare il servizio. È la strada che vogliamo seguire: aiutare gli imprenditori a comprendere fino in fondo le opportunità rese disponibili dalle nuove tecnologie». Anche se non si può parlare di diffusione pervasiva di Industria 4.0, i casi virtuosi sul territorio non mancano. Un esempio è Lucart, produttore di carta costretto per esigenze di spazio a stoccare parte del proprio prodotto a 35 km dal sito produttivo di Diecimo (Lucca). Costi di movimentazione aggiuntivi (700 mila euro annui) più

che compensati dai risparmi generati dall'investimento di cinque milioni in automazione. I 30 camion movimentati ogni giorno sono caricati ora senza intervento umano e la pesatura automatica dei pallet attraverso codici Data Matrix "consegna" direttamente sullo smartphone dell'autista la bolla di trasporto. «Non si tratta solo di ridurre i costi - spiega il supply chain director Giovanni Illibato - ma anche di migliorare la qualità del processo, eliminando ogni errore nella fase di carico».

Carapelli, nel sito di Tavarnelle Val di Pesa (Firenze), ha inserito nuovi macchinari connessi per garantirsi maggiore flessibilità nell'imbottigliamento di olio, dimezzando i tempi di cambio formato da otto ore a quattro. Continental (1100 addetti in due siti in provincia di Pisa), dopo aver inserito robotica collaborativa nelle proprie linee di montaggio di iniettori per motori a benzina, ha implementato nuovi sistemi di ispezione sostituendo all'occhio umano sistemi di intelligenza artificiale sviluppati con la Scuola superiore Sant'Anna. «I risultati ottenuti nel progetto pilota sono ottimi - spiega il plant manager Riccardo Toncelli - e pensiamo di estendere l'esperienza ad altre quattro linee. L'investimento è contenuto ma per ogni linea riusciamo a "risparmiare" 3-4 persone, che ricollochiamo altrove in attività a maggior valore aggiunto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Tecnologia.

Continental (1100 addetti in due siti in provincia di Pisa) ha inserito robotica collaborativa nelle proprie linee di montaggio

LA SERIE TV

UN DOCUMENTARIO SVELA IL
DECENNIO PERDUTO DEL TECH

Gli anni Novanta sono un periodo relativamente dimenticato della storia della tecnologia. Le grandi epopee fondative di Apple e di Microsoft, i racconti di Bill Gates e di Steve Jobs chiusi a programmare nei rispettivi garage, appartengono a un paio di decenni prima. Internet era appena diventato disponibile a chiunque, ma ancora non era diventato il fondamento della nuova epopea dei Brin, dei Page, dei Bezos e degli Zuckerberg (anche se i primi tre hanno tutti fondato le loro aziende nei Novanta). E poi c'è il gran problema della bolla dot-com, che trascinò via con sé la prima grandeur tecnologica. In realtà, già da questo breve preambolo si capisce che i Novanta sono stati un decennio seminale, per

molti versi troppo poco raccontato. Cerca di mettere una pezza una serie appena trasmessa da National Geographic, intitolata "Silicon Valley: La Valle del Boom". La docuserie ha sei episodi ed è stata prodotta da Arianna Huffington, una che quell'era l'ha vissuta in prima persona e da protagonista. Il racconto si concentra su tre aziende: Netscape, che ha creato il primo browser di massa (Bradley Whitford, famoso per "The West Wing", ne interpreta il ceo), TheGlobe.com, un prototipo di social network, e Pixelon, un servizio di streaming video ante litteram che ha fatto una fine piuttosto brutta. La serie è piena di sfaccettature, e mostra un mondo in cui improvvisazione e professionalità si muovevano in parallelo, come è tipico di tutti i periodi pionieristici. Merita di essere vista. E' stata trasmessa in Italia sul canale di National Geographic a partire dal 12 febbraio, ma è disponibile sui sistemi on demand di Sky.



come ti innovo l'Industria 1.0

UN INVESTIMENTO MONSTRE PER AVVICINARSI A GOOGLE

FiloBlu è una società di marketing predittivo fondata a Venezia nel 2009 da Christian Nucibella e che, alla fine del 2018, ha raggiunto 32 milioni di fatturato. L'azienda ha filiali in diversi paesi, e il suo core business è la consulenza strategica in ambito digitale. FiloBlu aiuta moltissime aziende, soprattutto della moda e dell'alimentare, a compiere una perfetta transizione digitale, ma di recente ha annunciato un nuovo obiettivo: diventare leader nel marketing predittivo. Per questo ha sottoscritto un accordo con Google di quattro anni durante i quali potrà beneficiare degli strumenti di machine learning di proprietà del motore di ricerca integrandoli con le proprie competenze e tecnologie per fare analisi sempre più mirate e precise. Tutta questa attività di business intelli-

gence, come spiega Nucibella al Foglio Innovazione, è finalizzata a migliorare un servizio di cui case di moda e produttori di beni di consumo come cibo, accessori e beauty non possono più fare a meno per stare al passo coi tempi. "In dieci anni abbiamo aiutato brand come Caovilla (scarpe) ed Elisabetta Franchi (abbigliamento) a mettere in connessione i punti vendita tradizionali con il canale ecommerce e il magazzino. Retailer digitali come Amazon ci hanno insegnato un nuovo modello distributivo e noi cerchiamo di portare questa cultura all'interno di aziende tradizionali raggiungendo spesso l'obiettivo di far aumentare i ricavi anche nei negozi fisici".

(a cura di Mariarosaria Marchesano)



Scommessa competenze, in 5 anni il 60% dei lavori è destinato a cambiare

FORUM IL SOLE 24 ORE-EY

Parisi (Anpal): niente guerre con le Regioni, ma conta ciò che vuole il Governo

Il lavoro del futuro è già qui e il 60% dei lavori in 5 anni è destinato a cambiare radicalmente. È una delle conclusioni del Forum Sole 24 Ore-

Ernst & Young sul lavoro e valore delle competenze destinate a una costante opera di formazione e adattamento. Era presente, tra gli altri, anche Domenico Parisi neo presidente dell'Anpal, l'agenzia che dovrà far funzionare i Centri per l'impiego. A proposito dello scontro in atto con le Regioni, Parisi ha detto: «Non voglio la guerra con le Regioni, ma conta ciò che vuole il Governo».

— Servizi a pagina 7

FORUM IL SOLE 24 ORE-EY

Le competenze per la società del futuro

Iacovone (EY): un patto per educazione, formazione e orientamento digitale
Verona (Bocconi): Italia bene in cultura, ma ora inglese, coding e matematica

Il 60% dei lavori cambierà in 5 anni

**Francesca Barbieri
Matteo Prioschi**

La tecnologia cambia il volto al mercato del lavoro. Lo fa talmente velocemente che i lavoratori vedranno modificare il 50-60% delle attività che svolgono oggi nel giro di 5 anni. Un dato emerso nel corso del «Forum sul lavoro del futuro e le nuove competenze», organizzato dal Sole 24 Ore in collaborazione con EY, che ha visto la partecipazione di Donato Iacovone (ad di EY in Italia e Managing Partner dell'area Med), Domenico Parisi (presidente Anpal), Gianmario Verona (rettore università Bocconi), Elisabetta Ripa (Ad di Open Fiber), Barbara Cominelli (direttore marketing e operations Microsoft Italia) ed Eugenio Sidoli (presidente e Ad di Philip Morris Italia).

«Il mercato del lavoro sta attraversando una fase di profondo cambiamento legato alle nuove tecnologie - ha sottolineato Iacovone - e l'automazione ne rappresenta una delle conseguenze principali. In molti si sono interrogati sul rischio effettivo, in termini di sostituzione del lavoro umano con le macchine. In realtà non esiste alcuna prova che il lavoro umano sparirà se non nel 5-10% dei casi e per le attività più ripetitive, ma è senza dubbio evidente un cambiamento delle abilità richieste ai lavoratori».

Tutto questo - secondo le previsioni EY su dati Ocse e World Economic Forum - sta determinando la polariz-

zazione e segmentazione delle opportunità tra coloro che hanno le skills per competere in un mercato digitale e globalizzato, sempre più richiesti e bene retribuiti, e chi invece si trova costretto a competere per posti a bassa qualificazione (sempre meno richiesti e poco retribuiti).

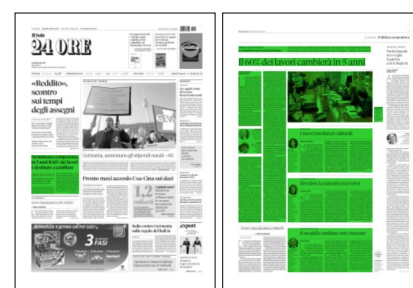
«L'Italia ha ottimi fisici, ingegneri, matematici - ha detto Iacovone -, ma in quanti sono in grado di usare le nuove tecnologie? Oggi è forte l'esigenza di "riformare" le competenze, da aggiornare almeno ogni sei mesi». Non basteranno hard skill e soft skill, ma serviranno competenze nuove, al confine tra le attuali abilità tecniche, manageriali ed empatiche per consentire ai lavoratori di reinventarsi di fronte alle innovazioni tecnologiche.

Però il nostro Paese, secondo Iacovone, «è imbrigliato in una trappola di bassa crescita e bassa competitività, dove le condizioni del mercato del lavoro, seppure in graduale miglioramento, dimostrano che una quota importante del capitale umano è inutilizzata». I principali freni? Un tessuto imprenditoriale dove spiccano le Pmi, la carenza di investimenti in innovazione e ricerca e la scarsa specializzazione nei settori high-tech. Tutto questo all'interno di un quadro globale in cui i guadagni di produttività provengono soprattutto dall'automazione.

EY, che è promotrice dell'Alleanza per il futuro (coinvolte aziende leader di mercato, università e scuole superiori), ha presentato ieri un nuovo «Patto per l'educazione, la formazio-

ne e l'orientamento al lavoro» che si basa su tre pilastri: un approccio settoriale con investimenti pluriennali, supportati dalla leva fiscale e dai fondi interprofessionali; l'innovazione dei servizi per l'impiego con nuove soluzioni tecnologiche e il rafforzamento delle competenze degli operatori; una didattica flessibile grazie all'utilizzo delle nuove tecnologie digitali.

Per far fronte a quello che non è un cambiamento lineare ma una vera e propria disruption, ha sottolineato Gianmario Verona rettore dell'università Bocconi di Milano, occorre fare innovazione di processo perché la tecnologia digitale cambia le modalità con cui si trasferiscono i contenuti e diventa sempre più importante utilizzarla. «Questo è un tema fondamentale della politica della ricerca e della scuola: se non dotiamo le nostre scuole di un supporto tecnologico adeguato e continuiamo a insegnare il 2+2 con il gessetto alla lavagna, non facciamo un servizio ai nostri ragazzi che devono invece sfruttare gli strumenti di simulazione e le opportunità che si possono rendere disponibili in



un contesto digitale». La scuola italiana eccelle per esempio dal punto di vista culturale e a livello metodologico, ma negli anni si sono affiancati tanti altri pilastri, a partire dal più banale che è l'inglese ma è spesso ancora uno sconosciuto.

E poi c'è il tema della commistione delle discipline. «Il coding si porta a fianco la matematica che è diventata un vero e proprio linguaggio e non posso più immaginare la matematica separata dai saperi umanistici e quindi devo investire in questa direzione. Fare innovazione è straordinariamente complesso e la parola flessibilità, che è cruciale, non solo è legata agli outcome auspicati dal mercato del lavoro, ma anche all'offerta formativa. Se noi ragioniamo in un contesto per cui un ragazzo a 18 anni sa già che deve fare l'avvocato passando da 5 anni di giurisprudenza e poi dalla specializzazione, quindi con un approccio prettamente verticale, rispetto al mondo che è orizzontale e legato al creative e al critical thinking, commettiamo un errore importante».

In questo contesto il sistema universitario anglosassone è più adatto in quanto caratterizzato da major e minor, con la possibilità magari di conseguire una specializzazione in data science con un minor in filosofia. Peraltro non c'è la necessità di avere una formazione per forza universitaria. Occorre considerare «in modo aperto, anche a livello di status, che nel mondo del futuro i "makers" potranno trarre grande vantaggio da una specializzazione conseguita prima, invece di seguire un percorso accademico».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**IACOVONE**

«L'Italia ha ottimi fisici, ingegneri e matematici, ma in quanti sanno usare le nuove tecnologie?»

**VERONA**

«Bisogna dotare le scuole di supporti tecnologici adeguati all'evoluzione digitale»

OPEN FIBER

I nuovi mediatori culturali

**Al vertice.**

Elisabetta Ripa è l'amministratore delegato di Open Fiber, la società partecipata da Enel e Cdp nata a fine 2015 con l'obiettivo di realizzare reti tlc ad alta velocità in tutta Italia

Matteo Meneghello

Mediatori «culturali» per fare dialogare l'anima «hardware» dell'azienda con le professionalità sofisticate.

Servono anche queste risorse in Open Fiber, azienda sospesa tra old e new economy, chiamata a infrastrutturare 20 milioni di abitazioni con reti di tlc ultrabroadband. L'azienda ha 850 addetti, ma dà lavoro a un indotto di circa 10mila persone. Ha bisogno però di coinvolgerne almeno 15mila. «Cerchiamo tre categorie di lavoratori - spiega ad Elisabetta Ripa -. Da un lato esperti di tlc in fibra, competenze difficili da trovare, sia a livello di neo-

diplomati che di figure senior da riqualificare». Questo per l'hardware. L'azienda cerca poi le professionalità elevate di «data analyst in grado di realizzare la rete di tlc innovativa basata sull'intelligenza artificiale» spiega Ripa. Queste due figure, il «tecnico» sul campo e l'esperto di dati, devono essere in grado di lavorare insieme, e per questo Open Fiber ha bisogno, a livello manageriale, di gente in grado di mediare tra i due livelli, favorendo il dialogo tra le diverse professionalità. «L'organizzazione - spiega Ripa - non è più focalizzata sui ruoli, ma sui task». In aggiunta, c'è l'esigenza di «mixare risorse giovani, tipiche di una realtà come Open Fiber che ha tre

anni di vita, e seniority, per garantire un circolo virtuoso nell'innovazione».

Open Fiber, come concessionario pubblico, ha sottoscritto la clausola sociale che richiede di attingere per il 15% dei nuovi lavori, ai cosiddetti bacini di crisi. L'esperienza con i soggetti istituzionali «non è stata brillante, ma complessa - spiega Ripa -, un po' per la nostra natura, che cerca skill da new economy e difficilmente riesce a trovarli nei bacini di crisi. Fondamentale quindi il ruolo che Anpal dovrà svolgere: capire prima di tutto i profili che le aziende cercano, se non c'è una comprensione profonda, allora il processo diventa complesso».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MICROSOFT ITALIA

Rivedere la narrativa sui robot

**Tra le «Top 50».**

Barbara Cominelli, direttore Marketing & operations di Microsoft Italia. Nel 2017 «Inspiring Fifty» l'ha inserita tra le 50 donne europee più influenti nel mondo della tecnologia.

Antonio Larizza

«Dobbiamo cambiare la narrativa sul lavoro del futuro: oggi parliamo spesso di robot che rimpiazzano l'uomo, di automazione che creerà disoccupati. Mentre si discute poco e non abbastanza delle opportunità che questa rivoluzione porterà per l'uomo. Una su tutte: la possibilità di lavorare in maniera aumentata. Non *contro*, ma *con* le macchine. Anche quelle dotate di intelligenza artificiale». Barbara Cominelli è direttore Marketing & operations di Microsoft Italia. Nel 2017 è stata inserita da «Inspiring Fif-

ty» tra le 50 donne europee più influenti nel mondo della tecnologia.

Il suo appello è per uno storytelling diverso. Appello che raccoglie in prima persona. Così, l'intelligenza artificiale e la robotica diventano elementi del kit di cui è composta la «cassetta degli attrezzi» dei lavoratori del futuro. Una cassetta capace di «accendere una lampadina» in chi la apre. Come è successo ai 250 mila bambini e ragazzi che hanno partecipato al programma di formazione su intelligenza artificiale, robotica e machine learning organizzato da Microsoft nelle scuole italiane. «Molti di loro - spiega Cominelli - aprendo quella cassetta hanno scoperto il fascino delle mate-

rie scientifiche, in alcuni casi anche rivedendo i propri piani formativi».

La conferma che una narrativa diversa porta a risultati inattesi. Per questo con il programma «Ambizione Italia» Microsoft punta a coinvolgere entro il 2020 più di 2 milioni di persone e fornire nuove competenze a oltre 500 mila studenti e professionisti. «Nelle classifiche e negli indici internazionali sull'innovazione tecnologica, il nostro paese spesso non eccelle. Ma non vogliamo rassegnarci. L'obiettivo di Microsoft - conclude Cominelli - è valorizzare le molte isole di eccellenza che pure ci sono in Italia». Un'altra narrativa è possibile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PHILIP MORRIS ITALIA

Il modello emiliano mix vincente

**La svolta hi tech**

Eugenio Sidoli, presidente e amministratore delegato di Philip Morris Italia, guida l'azienda verso la produzione di sigarette senza combustione di tabacco

Mauro Pizzin

Un modello della old economy che ambisce al salto nella digital age mettendo a frutto le eccellenze di un territorio come quello emiliano, su cui è stato investito oltre 1 miliardo dal 2014 al 2018.

È questa la fotografia di Philip Morris Italia, affiliata italiana del colosso statunitense del tabacco il cui obiettivo - spiega il presidente e amministratore delegato Eugenio Sidoli - «è passare da un prodotto a combustione che genera composti tossici ad uno riscaldato senza fumo e in cui una buona parte di queste

tossine viene eliminata». Un cambiamento che per l'azienda comporta la necessità di ripensare completamente l'industria dal campo in cui il tabacco viene raccolto al momento della vendita al consumatore.

L'azienda si è insediata non a caso in provincia di Bologna: «Sapevamo - sottolinea Sidoli - che vi avremmo trovato competenze, una filiera eccellente attorno a noi, un'amministrazione sensibile e un patto sociale che rimette in discussione i paradigmi del lavoro dell'ultimo secolo per venire incontro alle esigenze delle imprese e intercettare le nuove opportunità che vengono da fuori». I 1.200 nuovi dipendenti

hanno in gran parte profilo tecnico e ingegneristico e sono stati reclutati anche portandoli via ad altre imprese, «a conferma che la coperta resta corta e che il grande tema di questa rivoluzione tecnologica non sono le macchine ma gli uomini».

Le difficoltà sul fronte del reclutamento spiegano anche i cospicui investimenti effettuati da Philip Morris Italia a livello formativo. Oltre alla partnership con il consorzio Alma Laurea e i principali istituti tecnici del territorio, a tutto il personale tecnico, in particolare, viene fornita una formazione specifica nel Training Center di Zola Predosa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La sfida delle competenze

Un momento del dibattito in occasione del forum

Sole 24 Ore-EY sul lavoro del futuro

Da AT&T rivoluzione digitale per la Cnn

Previsti investimenti
per sviluppare app
che utilizzino i big data

Follis
a pagina 17

PROSEGUE LA RIORGANIZZAZIONE DI AT&T DOPO L'ACQUISIZIONE DI TIME WARNER

Cnn alla rivoluzione digitale

Stankey, numero uno di Warner Media, non mira ad alzare l'audience ma a sviluppare prodotti digitali. Tra cui app che propongono articoli in base agli interessi degli utenti

DI MANUEL FOLLIS

Continua la ristrutturazione nel gruppo Warner e dopo la rivoluzione nell'emittente *Hbo* questa volta tocca alla *Cnn*.

Ovviamente tutto prende il via dall'operazione con cui At&t qualche mese fa ha assunto il controllo di WarnerMedia. John Stankey, dirigente di WarnerMedia, sta puntando a rinnovare tutte le funzioni legate al mondo digitale del network.

In particolare, secondo quanto riportato da alcune fonti americane, avrebbe nei suoi piani maggiori investimenti nello sviluppo dei prodotti e nell'analisi e utilizzo dei big data. Per quanto riguarda la *Cnn*, i piani prevederebbero comunque che Jeff Zucker, presidente di *Cnn Worldwide*, continui a fare rapporto a Stankey anche dopo che la ristrutturazione sarà completa. Inoltre, secondo quanto riportato dal *Wall Street Journal*, Zucker diventerà probabilmente responsabile di Turner Sports. Tra gli obiettivi di Stankey non

ci sarebbero interventi per alzare i livelli di audience, nonostante il successo delle concorrenti *Fox News* e *Msnbc*.

Il manager sarebbe invece interessato a investire nello sviluppo di nuovi prodotti del settore digitale, in particolare le app che propongono articoli in base agli interessi degli utenti.

Resta però da capire se e quali tagli comporterà la ristrutturazione della *Cnn*, visto che la riorganizzazione di WarnerMedia voluta da Stankey e avviata lo scorso 28 febbraio finora ha previsto molti cambi di poltrone.

Pochi giorni fa ha lasciato il suo incarico David Levy, presidente di Turner, la controllante di *Cnn*, *Tnt*, *Tbs* e *Cartoon Network*, ma hanno destato anche più scalpore le dimissioni di Richard Plepler, presidente e amministratore delegato di *Hbo*. Plepler ha guidato il canale per 27 anni, e sotto di lui *Hbo* ha scalato la vette del panorama televisivo statunitense, tanto che la sua uscita è stata definita da molti media nazionali come uno dei più grandi sconvolgimenti nel settore televisivo degli ultimi anni. Pochi giorni fa una corte federale statunitense ha confermato la sentenza che consente la mega-fusione del gigante At&t con Time Warner. (riproduzione riservata)



INDIA

3

IL PROSSIMO CENSORE DI INTERNET? L'INDIA

La “più grande democrazia del mondo” ha un progetto per censurare internet e le aziende digitali, come fa la Cina, che democratica non è

Il governo indiano ha proposto questo mese una serie di misure molto dure per aumentare a dismisura i propri poteri di censura dei contenuti su internet, scatenando paragoni con il “modello cinese” di censura online. La proposta di legge prevede che i funzionari indiani possano imporre alle compagnie di internet – anche quelle straniere, come le americane Facebook e Google e la cinese TikTok, che in India è popolarissima e in America si è da poco presa una bella multa per aver raccolto illegalmente dati di bambini sotto i 13 anni – la cancellazione di qualsiasi post, video o contenuto che considerino diffamatorio, sbagliato o invasivo della privacy, senza appello. Impone anche la costruzione di sistemi di filtraggio dei contenuti che impediscano ai cittadini di vedere “informazioni illegali” e obbliga le app di chat, come WhatsApp, a rendere rintracciabili i messaggi delle conversazioni private, indebolendone così le caratteristiche di sicurezza. Le compagnie che hanno più di 5 milioni di utenti in India, inoltre, dovranno aprire una controllata nel territorio nazionale e nominare dirigenti che siano presenti nel paese.

Ci sono due possibili interpretazioni a questo nuovo set di leggi molto stringenti. La prima: il governo indiano sta semplicemente aderendo, forse con un po' troppo entusiasmo, alla tendenza occidentale, e specie europea, di mettere la briglia al far west dei social network. La seconda, già citata: il governo della “più grande democrazia del mondo” quando si parla di internet è molto poco democratico. E' un problema piuttosto serio, che delinea tra le altre cose come la Cina abbia costituito un modello di censura sistematica e controllo della libertà d'espressione che è diventato esportabile e copiabile, anche da paesi che i giganti della Silicon Valley avevano cominciato a considerare come loro terreno di caccia.



Contatti tra Gubitosi e Palermo. La Cassa depositi salirà al 10% di Telecom entro il 20 marzo
La società Flash fiber sarà il primo passo per la rete unica e anche per sviluppare la tecnologia 5G

Tim, Cdp al fianco di Elliott In assemblea voterà il piano

Per il governo
la rete unica
ottimizza
gli investimenti

RETROSCENA

NICOLA LILLO

La Cassa depositi e prestiti dovrebbe raggiungere la quota del 10% di Tim entro i tempi previsti, circa il 20 marzo, così da presentarsi in assemblea il 29 con una fetta decisiva di azionariato. A quel punto il voto di Cdp sarà essenziale per decidere l'ennesima partita interna all'azienda, combattuta dai due azionisti di peso, i francesi di Vivendi soci di maggioranza e il fondo americano Elliott. L'istituto guidato dall'amministratore delegato Fabrizio Palermo in assemblea dovrebbe supportare il piano industriale presentato da Luigi Gubitosi e dunque votare al fianco di Elliott, respingendo l'attacco dei francesi, che hanno chiesto la revoca di cinque consiglieri di amministrazione, quelli che a Parigi non considerano più indipendenti (tra cui anche il presidente Fulvio Conti). Palermo e Gubitosi si scontreranno nelle ultime settimane.

La Cassa depositi sta raccogliendo le azioni giorno per

giorno e nel giro di due settimane dovrebbe arrivare al 10% e non di più (alla fine della scorsa settimana era al 7%). L'obiettivo del governo è la rete unica ed è proprio per questo che Cdp sta aumentando la sua partecipazione in Telecom. La Cassa dovrebbe essere il perno dell'operazione - auspicata anche dal governo - portando così alla fusione tra la rete di Tim e Open Fiber, la società partecipata con quote del 50% da Enel e dalla stessa Cdp. Ma un primo passo, secondo quanto circola, sarebbe quello di cominciare a far co-investire Flash Fiber (alleanza tra Tim e Fastweb di cui Tim ha l'80%) e Open Fiber nella rete Fth di una settantina di città per costruire una base comune su cui impostare successive evoluzioni. Intanto il titolo della società resta inchiodato, anche dopo il road show dell'amministratore delegato.

La rete unica è sempre stata osteggiata dai francesi, ma ora non è più un tabù. Vivendi infatti ha per la prima volta aperto a questa ipotesi. «Vivendi è pronta a supportare la fusione di Open Fiber con Tim», hanno spiegato i francesi in un documento, insistendo comunque sulla revoca dei consiglieri. Una posizione più conciliante, dovuta al fatto che a Parigi hanno preso atto di essere or-

mai isolati. A favore infatti della rete unica c'è il governo, il fondo Elliott e una Cassa depositi e prestiti che ha sempre più il pallino della situazione.

Teri Bank of America Merrill Lynch ha spiegato in un report che in caso di fusione delle due reti il peso del governo nella Netco, attraverso Cdp ed Enel, potrebbe superare quello di Vivendi. «Ciò che è fondamentale è che la quota della Cdp/governo sarebbe dominante con circa il 20%» rispetto a quella di Vivendi, «inferiore al 14%», permettendo così al governo «di controllare il consiglio di amministrazione della società delle reti» e a Tim di «deconsolidare il debito e monetizzare la sua quota, riducendo la leva finanziaria».

La rete unica, nell'ottica del governo, dovrebbe avere effetti positivi per tutto il Paese, ottimizzando gli investimenti. Non solo: anche lo sviluppo del 5G potrebbe beneficiarne, dato che la rete mobile è strettamente intersecata allo sviluppo di quella fissa. Un modo, spiega una fonte di governo, che potrebbe permettere anche di arginare Huawei qualora ci fossero casi di spionaggio o attività illecite. Che gli Stati Uniti, grandi accusatori, non hanno ancora provato. —

© BY NO NO ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Fabrizio Palermo, amministratore delegato della Cdp



Gli analisti puntano 20 cent su Tim

Bank of America ricalcola il target price a 0.77 euro. Oggi il titolo è fermo a 0,54

Gli ampi margini di crescita stanno nelle sinergie con la rete pubblica di Open Fiber

di CHIARA MERICO

■ Il mercato vede con favore le possibili evoluzioni societarie di Tim, specie se prevederanno la fusione della rete con quella di Open Fiber. A pronunciarsi in questo senso sono stati gli analisti di Bank of America Merrill Lynch, che hanno confermato il giudizio favorevole ad acquistare le azioni di Tim «alla luce della potenziale liberazione di valore attraverso l'esecuzione e i potenziali cambi strutturali» derivanti dalle operazioni con Vodafone sulle torri e da quella con Open Fiber sulla rete. Il report di Bofa ha assegnato a Tim un *target price* leggermente limato, da 0,78 a 0,77 euro, ma comunque nettamente più alto della quotazione del titolo a piazza Affari, che da fine febbraio oscilla intorno agli 0,53 euro. Gli analisti della banca d'affari hanno attribuito alla rete del gruppo guidato dall'ad **Luigi Gubitosi** un *ev* (enterprise value) di 13,5 miliardi, e ad Open Fiber un *ev* di 2,6 miliardi di euro. Tolti i 10 miliardi di debiti che la rete Tim porterebbe con sé e gli 1,6 miliardi di Open Fiber, gli azionisti delle due società contribuirebbero al capitale della nuova «rete unica» rispettivamente con 3,5 e 1 miliardo di euro.

Non solo: nel caso in cui si realizzasse una fusione dei due network, la banca americana ha ipotizzato che il peso del governo nella società delle reti, attraverso Cassa depositi e prestiti ed Enel, possa superare quello di Vivendi. Il gruppo francese è infatti primo azionista di Telecom Italia con il 23,94%, mentre la scorsa settimana Cdp ha incre-

mentato la propria quota, portandola dal 5% al 7,1%. Cdp è anche azionista di Open Fiber e da sempre si è detta favorevole alla creazione di una rete unica, a differenza dell'altro socio paritetico, Enel. Nell'ipotesi di una fusione delle reti, spiega il report di Bofa, «ciò che è fondamentale è che la quota della Cdp/governo sarebbe dominante con circa il 20%» rispetto a quella di Vivendi, che invece sarebbe «inferiore al 14%». Una situazione che, hanno sottolineato gli analisti della banca d'affari, permetterebbe al governo «di controllare il cda della società delle reti» e a Tim di «deconsolidare il debito e monetizzare la sua quota, riducendo la leva finanziaria». Da qui il giudizio positivo degli analisti sul titolo.

Di certo qualsiasi progetto futuro per Tim, compresa ovviamente l'ipotesi dell'aggregazione delle reti, non potrà prescindere dall'evoluzione dei rapporti tra gli azionisti. La data cruciale è quella del 29 marzo, quando si terrà l'assemblea dei soci che dovrà esprimersi sulla proposta di Vivendi di revocare cinque consiglieri su 10, quelli espressi dal fondo Elliott, azionista con il 9,5%. E sul tema le posizioni restano distanti: mentre **Gubitosi** a inizio settimana ha ribadito la volontà di «cogliere le opportunità dell'integrazione con Open Fiber», venerdì scorso Vivendi ha fatto sapere di essere «totalmente contraria alla separazione della rete» di Tim. Per l'ad **Arnaud de Puyfontaine** i francesi non vogliono «che Telecom Italia sia smantellata».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



AD Luigi Gubitosi, 57 anni



OGGI L'AGCOM TERMINA LA CONSULTAZIONE SULLA RETE

L'Antitrust bacchetta le big tlc

Spot sulla fibra: Tim, Wind e Fastweb rischiano altre multe

■ Dopo le multe da 13,4 milioni complessivi irrogate nel 2018, l'Antitrust, guidato da Giovanni Pitruzzella (nella foto), torna a richiamare Tim, Wind Tre e Fastweb per pratiche commerciali scorrette riguardo alle pubblicità per i servizi di fibra ottica. Ossia quelli sulla rete di nuova generazione che è ancora poco diffusa.

Il risultato è che quando vengono pubblicizzate le offerte non sempre la fibra ottica arriva fin dentro la casa del consumatore. Per la maggior parte dei casi infatti, tranne che in grandi città come Milano, la rete in fibra si ferma al cosiddetto «cabinet» in strada. Ma, nonostante tutto le pratiche commerciali già sanzionate sono continuate «con riferimento all'assenza di adeguati richiami che informino il consumatore di possibili limitazioni tecnologiche o geografiche a fronte del permanere di claim enfatici sulle prestazioni dei servizi di connettività basati sulla fibra». L'Antitrust dunque contesta ai tre operatori telefonici la violazione del codice del Consumo per

non aver ottemperato alla delibera dell'Autorità del 28 febbraio del 2018 e ha avviato un procedimento per eventuale irrogazione di una nuova multa. Entro 30 giorni gli interessati possono mandare all'Autorità scritti difensivi o documenti o chiedere di essere sentiti. Il procedimento deve concludersi entro 120 giorni dalla data di comunicazione del provvedimento di avvio dell'istruttoria. Le multe da comminare in casi simili vanno da un minimo di 10mila a un massimo di 5 milioni.

Intanto si conclude oggi la consultazione pubblica presso Agcom sul mercato dei servizi di accesso alla rete per poi passare alle audizioni degli operatori. L'ad di Tim Luigi Gubitosi e il presidente Agcom Angelo Cardani si sono incontrati per esaminare le possibili opzioni per lo scorporo della rete. Ieri Tim ha vinto il «Premio dei Premi per l'Innovazione 2018».



LA GUERRA DEL 5G**Huawei farà causa al governo Usa**

Lo scontro tra Washington e Pechino su Huawei è la più drammatica saga parallela al negoziato commerciale e rivela quanto incognite e tensioni potrebbero restare potenzialmente alte nella sfida tra le due potenze economiche. Huawei si appresta a presentare fin da giovedì denuncia contro il governo americano in un tribunale del Texas. In gioco è la legittimità di una legge statunitense dell'anno scorso - la NDAA, o U.S. National Defense Authorization Act - che ha reso più severi i controlli sugli investimenti stranieri e in particolare più difficili contratti con aziende cinesi. Il colosso delle telecomunicazioni cinese ha inoltre fatto scattare ricorso contro il governo canadese, che sta procedendo con un processo di estradizione negli Usa ai danni del direttore finanziario dell'azienda Meng Wanzhou, nonché figlia del fondatore, l'ex alto ufficiale delle forze armate Rex Zhengfei; l'estradizione è stata chiesta dagli Stati Uniti per accuse di violazione delle sanzioni contro l'Iran e di aver ingannato banche internazionali nell'orchestrare simili operazioni pro-Teheran. Meng era stata arrestata il primo dicembre mentre era di passaggio a Vancouver su un mandato di cattura emesso dalle autorità statunitensi. Washington ha anche attaccato duramente Huawei perché rappresenterebbe una minaccia alla sicurezza nazionale del Paese, a causa di potenziali attività di spionaggio a favore del governo cinese attraverso le sue tecnologie. L'amministrazione Trump preme sugli alleati affinché i prodotti Huawei, leader mondiale nelle attrezzature destinate ai network di telecomunicazione con un fatturato annuale da oltre 92 miliardi di dollari e 180.000 dipendenti, vengano esclusi da delicati e strategici progetti di wireless di nuova generazione 5G.

—M-Val.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Digital tax in Francia, gettito da 500 mln

È in arrivo la digital tax per la Francia. Mercoledì il ministro delle finanze francese, Bruno Le Maire, presenterà infatti il nuovo progetto di legge che prevede una tassa del 3% per chi ha entrate mondiali di almeno 750 milioni di euro o superiori ai 25 milioni di euro in Francia. L'imposta, ha annunciato Le Maire, frutterà alle autorità fiscali francese ben 500 milioni di euro l'anno e andrà a colpire circa 30 società. La maggior parte saranno americane, ma non mancheranno anche quelle cinesi, tedesche, spagnole, inglesi e francesi. Non saranno invece colpite tutte quelle società che vendono i loro prodotti online. La proposta di legge ha dunque l'obiettivo di andare a colpire l'intermediario digitale tra produttore e cliente (Amazon) e la vendita di dati che i colossi del web fanno per fini pubblicitari. La proposta francese è dunque molto simile alle due soluzioni che propose la Commissione a marzo 2018. La soluzione di «breve termine» vedeva infatti la stessa aliquota fiscale, lo stesso limite a livello di fatturato e gli stessi obiettivi di tassazione. Risulta invece essere molto lontana dalla proposta franco-tedesca che nell'Ecofin di dicembre fu presentata ai ministri dell'economia degli altri stati membri dell'Ue. La Francia ha dunque deciso di muoversi da sola, così come l'Italia, il Regno Unito, la Spagna e Singapore perché in Europa la digital tax fa fatica a decollare. C'è pressione affinché si raggiunga un accordo prima delle elezioni di maggio, ma gli ostacoli da superare sono ancora molti. Si sta infatti lavorando sul primo testo proposto dalla Commissione e su cui, per tutto il 2018, non si è mai riusciti ad ottenere il consenso dei 28 gli stati membri. Irlanda, Danimarca e Svezia si sono infatti chiaramente opposte ad una tassa sul 3% del fatturato dei giganti digitali. E la Germania, a sua volta, si è tirata indietro, per timore di una rappresaglia americana contro la sua industria automobilistica.

Giorgia Pacione Di Bello

