

Rassegna del 08/01/2019

...

Giorno - Carlino - Nazione	17	Viaggio nel futuro	<i>Bordin Alessandro</i>	1
Foglio	2	Il 2019 potrebbe essere l'anno della privacy (e occhio a quel che sarà il 2020)	<i>Cau Eugenio</i>	3
Giornale Controcorrente	26	Aiuto Si è spaccato internet	<i>Allegri Angelo</i>	4
Italia Oggi	15	Rivoluzione Zalando: prima lo shopping, poi (entro 18 giorni) il saldo	...	7
Sole 24 Ore .export	24	Internazionalizzazione - Al via il nuovo Ice con Ferro presidente: spazio a piccole e micro imprese	<i>Fotina Carmine</i>	8
Stampa	14	I cinesi nel porto di Haifa Usa infastiditi da Israele	<i>GIO.STA.</i>	9
Repubblica	28	Il punto - Tim, Gubitosi si prende Sparkle e Inwit	<i>Bennewitz Sara</i>	11
Giornale	18	Gubitosi si prende Sparkle e Inwit E rafforza la squadra di Telecom	...	12
ESTERA				
Echos	21	Blackout dell'audience per le app dei giochi televisivi su smartphone	<i>Alcaraa Marina - Dèbes Florian</i>	13
Financial Times	12	Apple vuole raggiungere un pubblico maggiore grazie all'accordo con Samsung	<i>Bradshaw Tim</i>	14
Echos	21	Apple sempre meno chiusa agli altri produttori di dispositivi	<i>Madeleine Nicolas</i>	15
Figaro	24	Samsung include i servizi del suo grande rivale Apple nei suoi televisori	<i>Bembaron Elsa</i>	16

VIAGGIO NEL FUTURO

Dalla televisione che si ripiega su se stessa alle cuffiette che inducono il sonno
Al Ces di Las Vegas vanno in scena le tecnologie di domani. La domotica è in primo piano

Alessandro Bordin

■ LAS VEGAS

VIENE automatico associare Las Vegas agli eccessi e al gioco d'azzardo, ma la capitale del Nevada sta diventando sempre più celebre per un altro motivo, ovvero trasformarsi per una settimana all'anno nella capitale della tecnologia. Il Ces (Consumer Electronic Show) è l'occasione per toccare con mano le tecnologie che molto presto entreranno nella nostra vita quotidiana.

L'edizione 2019 è poi particolarmente speciale: siamo nell'anno in cui debutterà il 5G, la nuova tecnologia di trasmissione che farà compiere un balzo in avanti al modo di comunicare non solo fra noi, ma fra gli apparecchi stessi. Il cosiddetto IoT, internet delle cose, farà il suo vero debutto proprio nell'anno in corso, trainato dalla grande diffusione del 5G.

NON È PIÙ fantascienza pensare che gli elettrodomestici saran-

IPER-CONNESSI

L'introduzione del 5G farà comunicare meglio i nostri elettrodomestici

no in grado di scambiarsi informazioni fra loro, ma anche le automobili (avvisandoci magari di un incidente proprio dietro la curva che stiamo per percorrere), le apparecchiature mediche, quelle di svago e tutto quanto è possibile immaginare. Ma è anche l'anno degli assistenti vocali e soprattutto degli accessori a essi dedicati: Amazon Alexa e Google Assistant, per citare i due esempi più celebri, non sono che l'inizio di una rivoluzione tecnologica. Diventa superfluo il telecomando, perché tutte le tv presentate sono comandabili dalla nostra voce. Ma anche serrature, illuminazione, robot domestici ed elettrodomestici in genere saranno a disposizione semplicemente ordinando loro cosa devono fare.

MA È ANCHE l'anno in cui nei padiglioni spiccano televisori con tecnologia 8K, ovvero con una risoluzione che è quattro volte superiore ai 4K. Chi crede che sia troppo, pensi solo che le

Olimpiadi di Tokyo del 2020 saranno trasmesse proprio con questo standard. Non stupisce quindi vedere Samsung e LG sfidarsi non solo nelle dimensioni delle tv, ma anche sulla risoluzione. Non solo: LG ha annunciato la commercializzazione del televisore 'arrotolabile', che può scomparire in quello che sembra un normale mobile da salotto. I display flessibili sono infatti un altro tema caldo, con telefoni attesi già nel corso del 2019, ad esempio da Samsung. In scena vanno anche le auto a guida autonoma, sempre più simili a modelli di serie e non a prototipi. Non mancano ovviamente i gadget curiosi, come le cuffiette che inducono il sonno o le mascherine per non russare, oltre alle uve generazioni di pc, sempre più potenti, ma che qui a Las Vegas passano in secondo piano: il clima che si percepisce in generale è di euforia per quello che forse ci aspettavamo arrivasse solo fra una decina di anni o forse più. Invece è già qui.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LA TV ARROTOLABILE

Lg ha presentato il primo televisore in grado di arrotolarsi su se stesso. Lo schermo Oled, quando non se ne ha bisogno, può tranquillamente sparire nel vano sottostante



FIGHTCAMP



Il set super tecnologico, comprensivo di sacco e guantoni, costa 995 dollari.

Il sistema è in grado di analizzare ogni vostro colpo e migliorare le prestazioni sul ring

HUPNOS

Questa maschera da notte è in grado di capire se state russando. Nel caso, con una serie di dolci vibrazioni, vi forzerà a cambiare posizione ed evitare liti notturne con il vostro partner



Il 2019 potrebbe essere l'anno della privacy (e occhio a quel che sarà il 2020)

Roma. Al Ces di Las Vegas, una delle più importanti fiere di elettronica di consumo del mondo che comincia oggi, Apple ha sistemato in bella vista un cartellone pubblicitario grande quanto un palazzo di 13 piani giusto davanti al luogo dove si tiene la convention, con scritto: "Quel che succede nel tuo iPhone resta nel tuo iPhone". La provocazione, evidente, è nei confronti dei rivali di Apple come Facebook e Google, che al contrario dell'azienda guidata da Tim Cook hanno un modello di business che si basa sull'utilizzo dei dati personali degli utenti a scopo di lucro. Nel bel mezzo della bufera causata dalle sue previsioni di vendita deludenti, Apple cerca di cambiare il tema della discussione su un argomento su cui si sente forte, la privacy. Potrebbe avere ragione: il 2019 potrebbe essere davvero l'anno in cui la Silicon Valley e la grande industria tecnologica subiranno il primo, serio tentativo di regolamentazione da quando, ormai vent'anni fa, il governo americano cercò di colpire la posizione di dominio di Microsoft.

Tutto nasce dal nuovo Congresso americano a maggioranza democratica, dove una nuova generazione di legislatori di sinistra meno attenti alle esigenze del grande business potrebbe allearsi contro la Silicon Valley con i dirimpettai repubblicani, che hanno istanze opposte ma complementari. I primi vogliono cercare di rompere quello che percepiscono come un monopolio economico, i secondi vogliono colpire quella che percepiscono come una forza eminentemente liberal e molto attiva nell'ambito della comunicazione e della lobby. Nel numero speciale dell'*Economist* su come sarà il 2019, Alexandra Suich Bass ha scritto: "Big tech è malvisto in Europa da anni, ma sempre più americani si uniranno al coro delle critiche nel 2019. I democratici e i repubblicani possono non avere molto in comune, ma concordano sul fatto che le grandi aziende tech costituiscono un problema per la società". Suich Bass non prevede che una grande legge sull'Antitrust sarà approvata a livello federale entro l'anno (è più probabile che avvenga dopo le elezioni americane del 2020), ma immagina tutta una serie di provvedimenti che ve-

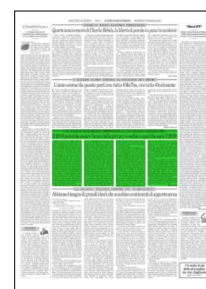
dranno la politica americana bloccare le grandi acquisizioni e cominciare a pensare seriamente a una nuova regolamentazione sulla privacy.

La grande battaglia ideologica - e di lobby - riguarderà il confronto tra privacy e libertà d'espressione, con le aziende tech ad argomentare che la protezione dei dati dell'utente si può fare soltanto mettendo a punto sistemi di controllo invasivi. Gli americani però hanno già un esempio: è la California, dove lo scorso giugno è stata approvata una legge sulla privacy draconiana e molto europea, che prende spunto diretto dal Gdpr voluto da Bruxelles. La legge californiana è così dura che fino all'ultimo ha previsto la possibilità per i cittadini di denunciare in sede legale le aziende che commettevano un qualsiasi tipo di violazione della privacy (significa: dopo le rivelazioni recenti su come Facebook cedesse a terze parti i dati degli utenti, l'azienda di Mark Zuckerberg si sarebbe potuta trovare addosso milioni di cause). L'emendamento è stato eliminato all'ultimo, ma è una buona testimonianza della volontà bellicosa dei legislatori; ieri sul *New York Times* un op-ed invocava l'introduzione di una simile norma per tutti i cittadini americani. Le aziende tech sono a tal punto spaventate dalla legge californiana che hanno cominciato a chiedere a gran voce l'introduzione di una legge sulla privacy a livello federale: sono piuttosto convinte di poter ottenere condizioni migliori e al tempo stesso obliterare la norma locale.

Il secondo esempio è, ovviamente, quello europeo. Il Gdpr è una legge molto avanzata a livello internazionale che, assieme ad altre norme come il "diritto all'oblio", è vista come un faro dai difensori del diritto alla privacy. Qui il tema è ampio: le questioni digitali sono soltanto l'ultimo dei mille temi su cui i senatori democratici più a sinistra vorrebbero avvicinare l'America all'Europa (uno su tutti: l'assistenza sanitaria universale).

Così, il 2019 potrebbe diventare l'anno della privacy, in attesa che il 2020 diventi l'anno dell'Antitrust, e della grande battaglia di ideologia, lobby e dati.

Eugenio Cau



AIUTO

si è spaccato internet

Si è affermato come un sistema globale ma oggi c'è chi ha un unico interesse: rafforzare la sovranità degli Stati. Sono nate delle repubbliche autonome: Cina, Russia, India. E fra Usa ed Europa crescono le differenze

La Rete è infestata da troll e programmi robotizzati dove scorrazzano fake news, odio e intolleranza

di **Angelo Allegri**

Bei tempi, quando c'era Internet. Intendiamoci: la Rete delle Reti, formata da milioni e milioni di computer collegati tra loro, è oggi più presente e importante che mai. A essere tramontata è l'idea di base, l'utopia che muoveva i pionieri degli inizi, quella di un cyberspazio libero e libertario, in cui qualsiasi tipo di elaborazione del pensiero potesse circolare in linguaggio digitale, senza confini e limitazioni.

Vint Cerf, considerato uno dei papà del web, creatore di alcuni dei più importanti protocolli, le regole di base che governano Internet, si è lamentato qualche tempo fa: «Noi non avevamo idea del futuro, volevamo solo che funzionasse: ora però che è in mano a tutti, c'è gente che ha l'unico obiettivo di provocare danni o ricavarne un vantaggio, di danneggiare o manipolare i sistemi democratici. Dobbiamo reagire». Per Cerf Internet è diventata una specie di isola della Tortuga infesta-

ta da troll e programmi robotizzati, dove scorrazzano indisturbate le peggiori fake news, dove semi di



odio e intolleranza vengono diffusi ad arte sui social. Ma non c'è solo questo: in discussione è la stessa architettura di fondo, basata sui concetti di apertura e globalità. Oggi alla Rete si stanno sostituendo «le» Reti, tante repubbliche autonome, separate da muri sempre più alti: c'è un'Internet cinese, quella russa, una indiana, perfino tra Europa ed Usa le differenze stanno crescendo anno dopo anno. In molti casi gli spazi di libertà si restringono, quelli della censura aumentano.

CONTROLLO CINESE

A teorizzare esplicitamente la svolta è il governo cinese, quello che si è spinto più avanti su questa strada. La parola d'ordine di Pechino è «cyber-sovranià»: Stato e partito unico non possono limitarsi a fare da spettatori nello spazio virtuale, il loro compito è di intervenire, controllare e orientare. Secondo il presidente Xi Jinping la cybersovranità rappresenta «il diritto di ogni Paese a scegliere in indipendenza il proprio percorso di sviluppo digitale, il modello di regolazione e di politiche pubbliche per Internet e di partecipare alla governance del cyberspazio su un piano di parità». Per raggiungere questi obiettivi il governo ha creato una nuova agenzia pubblica, che in inglese si chiama Cyberspace Administration of China, amministrazione del cyberspazio cinese. È quest'ultima a gestire la «Grande muraglia informatica», un insieme di misure giuridiche e tecnologiche che proteggono il pubblico cinese da informazioni e influenze esterne. Colossi come Facebook, Google e Wikipedia nel Paese asiatico non possono operare, fornitori di accesso e di tecnologia devono collaborare per oscurare i siti non allineati.

Più o meno le stesse cose accadono in Paesi come Myanmar o la Turchia o in alcuni stati del Golfo, che non si sono spinti fino alla teorizzazione della censura come in Cina, ma intervengono pesantemente sulla Rete non appena vedono messi in discussione i propri equilibri politici. Così, nel 2017, un rapporto della Freedom House, ente non governativo con base a Washington, ha rileva-

to che il cosiddetto «indice della libertà globale» di Internet (che dà il voto alla possibilità di accesso e alla piena espressione del proprio pensiero via web) è risultato in calo per il settimo anno consecutivo. È la Rete in versione autocratica, che alza nuovi confini virtuali e che ha un suo opposto nella Rete come «bene pubblico» che è andata emergendo in India. Qui, nella più grande democrazia del mondo, non ci sono limitazioni di contenuto, ma l'intervento dello Stato nel mondo virtuale è visto come una chance per superare in un colpo solo l'arretratezza educativa e reddituale. Una serie di piattaforme digitali pubbliche costituiscono l'ossatura del web. Attorno a Internet ruota per esempio l'Aadhar, il più grande progetto di identificazione biometrica mai tentato al mondo. Ad ogni cittadino viene assegnato un codice di 12 cifre, che rappresenta la sua carta identità virtuale e che è collegato alla scannerizzazione delle sue impronte digitali, dell'iride e del volto. Il sistema consente di identificare, soprattutto nelle campagne dove gran parte della popolazione è priva di documenti cartacei, i destinatari di sussidi statali, riducendo al minimo illeciti e sprechi.

STATO CONTRO LIBERTÀ

L'intera serie di infrastrutture digitali di creazione pubblica è conosciuta come «India Stack» e al suo interno convivono una serie di progetti diversi: dal servizio che verifica i dati dell'acquirente e facilita le compravendite digitali, al sistema di pagamento elettronico per trasferire fondi attraverso lo smartphone.

La natura statale dell'Internet indiana riduce gli spazi degli operatori privati e si pone in diretto contrasto con l'esperienza del paese guida del mondo virtuale, gli Stati Uniti: qui a far crescere la Rete sono state una serie di startup diventate ormai dei colossi. A contribuire al loro successo due regole di base: la prima è l'ampia libertà nell'utilizzo dei dati; la seconda è la sostanziale irresponsabilità delle piattaforme tecnologiche per quanto viene postato sulle loro pagine. Youtube, per esempio,

non è considerato colpevole se qualcuno lo utilizza per mettere in Rete l'ultimo disco di un cantante di successo, al massimo deve eliminarlo su richiesta dell'interessato.

Proprio questi principi, però, sono stati messi pesantemente sotto accusa dai Paesi del Vecchio Continente, che con due provvedimenti dell'Unione europea ha dato l'assalto al modello americano. Il regolamento sulla privacy entrato in vigore l'anno scorso (dalle iniziali inglesi è conosciuto come Gdpr) stabilisce un principio fondamentale agli antipodi di quello dominante a Washington: la titolarità dei dati personali è esclusivamente individuale e l'interessato può agire in ogni momento per vietarne ogni tipo di utilizzo. Il secondo insieme di norme, ancora in via di approvazione, è invece quello per la tutela del copyright, non a caso contestatissimo da giganti americani come Google o Facebook.

SOTTO ACCUSA

Con diversità di approccio politico come quelle tra Usa e Cina (o anche Russia, vedi l'altro articolo in pagina), con conflitti di interesse come quello emerso a cavallo dell'Oceano Atlantico, non meraviglia che a finire sotto accusa sia stato l'intero governo globale di Internet. E anche in questo caso a spingere di più per una riforma sono stati i cinesi. Dalla sua nascita la Rete è gestita da un complesso sistema di organizzazioni non profit e non governative come l'Icann (che assegna i nomi dei domini) e come l'Internet Engineering Task Force, che propone e definisce gli standard tecnici. Enti privati e indipendenti, ma proprio per questo pochissimo graditi a chi ha un'impostazione, per così dire, «sovranià» della Rete.

«La Cina pensa a un mondo di Internet nazionali, con un controllo governativo giustificato dai diritti di sovranità di ogni Paese», ha scritto Adam Segal, docente di Relazioni Internazionali sulla rivista Foreign Affairs. Per questo vuole smantellare l'attuale governance della Rete, considerata troppo vicina agli interessi americani e a quelli dell'Occidente. Al suo posto chiede che anche del web si occupino le Nazioni Unite.

49%

Gli utilizzatori di Internet in Asia

10,4%

Gli utilizzatori di internet in America Latina

16,8%

Gli utilizzatori di internet in Europa

8,2%

Gli utilizzatori di internet nell'America del Nord

11%

Gli utilizzatori di internet in Africa

3,9%

Gli utilizzatori di Internet nel Middle East

0,7%

Gli utilizzatori di Internet in Oceania e Australia

Rivoluzione Zalando: prima lo shopping, poi (entro 18 giorni) il saldo

«Prova prima, paga dopo». Su Zalando arrivano i servizi di pagamento posticipati con cui la piattaforma tedesca punta a rivoluzionare lo shopping online. La possibilità di pagare con «bonifico bancario posticipato entro 18 giorni» è disponibile per i clienti che saldano con carta e permette di provare tutti i capi ordinati e pagare solo quelli che vogliono tenere.

Zalando è il primo player a portare in Italia i metodi di pagamento posticipati. L'obiettivo, spiega in gruppo «è quello di fornire un fashion store personalizzato in cui si possa trovare il proprio prodotto ideale, farselo consegnare dove si preferisce e decidere quando e come pagare».

La soluzione è stata definita «perfetta per rispondere ai bisogni dei clienti che non solo desiderano scegliere il metodo di pagamento preferito, e in quest'otti-

ca è stato introdotto il bonifico bancario tra le opzioni disponibili, ma anche quando pagare».

«Siamo entusiasti di poter offrire un livello di convenienza mai visto prima dai consumatori italiani tramite questi nuovi servizi innovativi di pagamento posticipato», dichiara Lorenzo Pretti, responsabile della strategia commerciale per il Sud Europa di Zalando. «In Francia abbiamo testato e lanciato con successo il sistema di pagamento posticipato con carta nel 2016. Per i clienti francesi, questo era un modo di pagare online completamente nuovo e oggi circa un terzo dei clienti francesi utilizza questa opzione di pagamento».

La nuova opzione permetterà non solo di ordinare taglie diverse ma anche di beneficiare di un periodo di pagamento più lungo e trasformare la casa in un camerino di prova.



Al via il nuovo Ice con Ferro presidente: spazio a piccole e micro imprese

110

MILIONI DI EURO
NEL BIENNIO

Il nuovo Piano è stato rifinanziato nella legge di bilancio con 90 milioni nel 2019 e 20 milioni nel 2020

Parte la nuova governance dell'Ice. Il consiglio di amministrazione dell'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione ha nominato presidente Carlo Maria Ferro. Lo stesso Ferro e Stefano Corti erano stati nominati membri del cda dal consiglio dei ministri dello scorso 28 novembre. Nella stessa seduta, il consiglio di ministri aveva nominato anche Roberto Luongo direttore generale. Ferro, che subentra a Michele Scannavini, ha lasciato nei giorni scorsi la carica di presidente della STMicroelectronics Italia.

L'ex presidente Scannavini si era dimesso a fine settembre, in assenza di un'esplicita fiducia del nuovo governo. Un mese dopo erano arrivate anche le dimissioni del direttore generale Piergiorgio Borgogelli. L'esecutivo pentastellato punta in tutta evidenza alla discontinuità nella gestione del made in Italy e il neopresidente dovrà subito collaborare con i ministeri competenti per l'attuazione del nuovo Piano straordinario, rifinanziato nella legge di bilancio con 90 milioni per il 2019 e 20 milioni per il 2020. Il rallentamento dell'export impone scelte rapide. «Arrivo al vertice dell'Ice in un momento di piccola erosione del saldo commerciale, ora lavoreremo per rilanciare sia le esportazioni sia l'attrazione degli investimenti esteri» dice Ferro. Alcune idee, anche se saranno declinate operativamente solo nelle prossime settimane, sono già sul tavolo. «Con il direttore generale Luongo (36 anni di esperienza all'Ice, ndr) abbineremo continuità e idee nuove». Il piano punterà in modo particolare sulle piccole e micro imprese, anche con progetti di filiera che le mettano in relazione con quelle più strutturate e già internazionalizzate. «Svilupperemo sinergie tra i piccoli artigiani, i coltivatori, le medie e le grandi imprese. Massima attenzione all'economia digitale e al ruolo dei capitali esteri per accelerare l'inclusione dei giovani nel mondo del lavoro». Sarà, in linea con le indicazioni politiche del ministro M5S Luigi Di Maio (Sviluppo economico) e del ministro leghista Gian Marco Centinaio (Agricoltura), un programma con spiccata attenzione al made in Italy agroalimentare e ai coltiva-

tori, base elettorale importante di entrambe le forze politiche, oltre che alle micro imprese. Tra le priorità, vengono indicate anche ulteriori iniziative per la crescita dell'export online attraverso accordi con marketplace ed e-tailer, a partire dai mercati degli Usa e della Cina. Poi il dossier Mezzogiorno, «che esprime appena l'11% di export nazionale» osserva Ferro, «una quota troppo piccola».

Il neopresidente, che debutterà oggi nel ruolo ufficiale al Pitti di Firenze, dovrebbe incontrare nelle prossime settimane le principali associazioni imprenditoriali. «Porto in Ice l'esperienza di 30 anni di attività executive sui mercati internazionali, di cui due terzi vissuti all'estero» dice il neopresidente. Ferro, 57 anni, entrato nella multinazionale STMicroelectronics nel 1999, ha ricoperto vari incarichi ed è stato per circa 15 anni il chief financial officer del gruppo. È vicepresidente Assolombarda con delega alle Politiche industriali e fisco e membro del consiglio direttivo del Digital Innovation Hub Lombardia, incarichi che lascia con l'arrivo all'Ice. «Siamo certi che Ferro - commenta Enrico Cereda, vicepresidente di Assolombarda con delega all'internazionalizzazione ed Europa - saprà interpretare con responsabilità e competenza questo ruolo strategico per lo sviluppo delle imprese sui mercati internazionali».

Oltre a Ferro, entra come detto nel cda dell'Agenzia anche Stefano Corti. L'incarico di entrambi è quadriennale e rinnovabile una sola volta. Corti, imprenditore attivo nel settore delle fonti di riscaldamento a biomassa, era già stato in predicato di entrare in quota Lega tra le nomine di ottobre del cda del Gestore dei servizi energetici. L'ingresso abbastanza inatteso nell'Ice è stato il piano di riserva della Lega. Va ricordato che Corti è stato il candidato leghista per il Senato alle elezioni del 4 marzo, sconfitto nel collegio uninominale di Modena con soli 46 voti di scarto da Edoardo Patriarca (Pd). Esito poi confermato dalla Corte d'appello di Bologna alla quale era stato presentato ricorso.

—Carmine Fotina

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MANAGER DI LUNGO CORSO
Carlo Maria Ferro, 57 anni, ha lasciato nei giorni scorsi la presidenza di STMicroelectronics Italia dove è entrato nel '99. Vicepresidente di Assolombarda, lascerà l'incarico con l'ingresso all'Ice



La Casa Bianca teme lo spionaggio sulle reti 5G installate da Pechino
Netanyahu chiede a Bolton il riconoscimento della sovranità sul Golan

I cinesi nel porto di Haifa Usa infastiditi da Israele

DALL'INVIATO A BEIRUT

C'è anche un risvolto cinese nella visita del consigliere alla Sicurezza americano John Bolton in Israele. Bolton, che ieri ha toccato la seconda tappa del suo viaggio, in Turchia, è arrivato domenica soprattutto per parlare del ritiro dalla Siria, e rassicurare lo Stato ebraico che teme di ritrovarsi i Pasdaran iraniani alla porte. Ma il falco della politica estera statunitense aveva la sua lista di preoccupazioni e richieste. E riguardavano la penetrazione cinese. Il punto centrale è il mega contratto che lo Shanghai International Port Group ha strappato l'anno scorso per costruire un nuovo terminal nel porto di Haifa, a Nord di quello attuale. Un investimento miliardario frutto di incontri bilaterali ai massimi livelli fra il premier Benjamin Netanyahu e il presidente Xi Jinping, che conetterà la costa israeliana alla nuova Via della Seta cinese.

Il porto di Haifa è però anche un asset militare, decisivo per il controllo del Mediterraneo orientale. Ad Haifa sostano spesso navi della Marina statunitense e i cinesi potrebbero ottenere un vantaggio strategico, la possibilità di spiare le loro mosse, con la gestione dello scalo commerciale. Una prospettiva che non

piace all'Amministrazione Trump. Come non piace la prospettiva di introduzione di tecnologie cinesi nelle telecomunicazioni, in particolare del sistema 5G sviluppato dal gigante della telefonia Huawei e dalla Zte. Anche start-up israeliane ci stanno lavorando, in collaborazione con Intel, ma i cinesi sono più avanti e potrebbero offrirsi di realizzare la rete di antenne sofisticate necessaria all'Internet mobile superveloce, come hanno fatto in altri Paesi, anche europei.

Il confine fra telecomunicazioni, spionaggio, operazioni di Intelligence e militari è però molto sottile. Per questo la presenza cinese inquieta gli americani. Le pressioni sono cominciate lo scorso autunno. A novembre c'è stato un incontro fra funzionari della casa Bianca e del governo israeliano sul coinvolgimento dei cinesi nelle infrastrutture. Con un messaggio che il giornalista Barak Ravid, in contatto con fonti riservate, ha riassunto così: «O con noi o con loro». Tanto che ora molte aziende israeliane raccomandano ai loro dipendenti di non comprare smartphone cinesi, specie della Huawei. Le forze armate hanno addirittura imposto l'uso esclusivo di iPhone ai loro ufficiali e avviato un programma per verificare tutti i contratti e forniture di materiale elettronico, per escludere la presenza di componenti cinesi.

È il prezzo da pagare per l'alleanza con gli Stati Uniti, che forniscono aiuti militari per 3,8 miliardi di dollari all'anno. Un appoggio mai messo in discussione ed enfatizzato da Donald Trump. I rapporti, idilliaci, sono stati un po' scossi dall'annuncio del prossimo ritiro delle forze statunitensi dalla Siria. Era il tema più spinoso sul tavolo con Bolton, anche se gli apparati di sicurezza lo avevano già messo in conto nei mesi scorsi. L'Intelligence considerava «intenable» la posizione americana sul fronte siriano. Netanyahu ne ha approfittato per chiedere uno «scambio» e cioè il riconoscimento della sovranità israeliana sul Golan, conquistato nel 1967 e annesso il 15 dicembre del 1981. La condizione «minima» per la sicurezza di Israele, perché le Altire, ha puntualizzato il premier nell'incontro, «sono tremendamente importanti». Sarebbe però una svolta clamorosa nella politica americana degli ultimi 40 anni. L'altra richiesta è di mantenere una presenza militare al valico di Al-Tanf, fra Iraq e Siria, per ostacolare «l'autostrada sciita» usata dai Pasdaran. **GIO. STA.** —

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



LA RICHIESTA AI MAGISTRATI CHE INDAGANO

Il premier israeliano: confronto in Tv con chi mi accusa di corruzione

In un intervento televisivo il premier Benjamin Netanyahu ha accusato i responsabili delle indagini su di lui di essere prevenuti e in almeno un caso di non aver richiesto la testimonianza di un funzionario di governo che confermerebbe la sua versione. «Di che cosa hanno paura? Cosa c'è da nascondere?», si è chiesto. Netanyahu ha denunciato di aver chiesto invano due

volte di confrontarsi con tre collaboratori di giustizia. «Esigo di potermi misurare con loro, anche in diretta televisiva» ha esclamato. Netanyahu è sospettato di corruzione in tre casi, uno dei quali riguarda facoltosi doni da parte di ricchi sostenitori e gli altri due regolamenti amministrativi concessi in cambio di coperture favorevoli sui media.



Il consigliere alla Sicurezza Usa, Bolton col premier Netanyahu

Il punto

TIM, GUBITOSI
SI PRENDE
SPARKLE E INWIT*Sara Bennewitz*

Come nel gioco dell'oca, cambia l'ad di Telecom Italia e tutte le pedine ripartono dal via. Luigi Gubitosi cambia la squadra (ieri sono stati nominati il nuovo capo delle relazioni esterne, dell'investor relation, degli affari regolatori e dello staff) e l'organigramma, tornando a una struttura più orizzontale. E così, dopo aver eliminato a ottobre la figura del capo dei ricavi di raccordo tra contenuti e clienti piccoli e grandi, viene meno anche il ruolo di capo delle infrastrutture di Stefano Siragusa - scelto da Amos Genish a marzo - che ora si occuperà solo di rete. Siragusa perderà alcuni riporti diretti come le torri di Inwit e i cavi di Sparkle, asset che potrebbero essere valorizzati per abbattere il debito o usati come pedine di scambio. Il cambio degli uomini, che stranamente ancora non tocca il Brasile, precede un cambio di strategie che saranno illustrate al mercato dal 26 febbraio insieme al bilancio. Ma senza le nomine delle autorità competenti (Consob e Antitrust) e in attesa di quelle dell'Agcom, in otto settimane Gubitosi dovrà decidere il futuro della rete, farselo approvare da un cda che è spaccato in due e conquistare la fiducia degli investitori.



VERSO L'ASSEMBLEA-SCONTRÒ CON VIVENDI

Gubitosi si prende Sparkle e Inwit E rafforza la squadra di Telecom

Le due controllate strategiche passano sotto la guida dell'ad

■ Prime mosse dell'ad Luigi Gubitosi in Tim. Inwit e Sparkle non fanno più parte della divisione Infrastrutture guidata da Stefano Siragusa che resta però a capo dell'asset fondamentale, ossia la rete. Mentre le torri di trasmissione Inwit e i cavi sottomarini di Sparkle, passano sotto il diretto riferimento dell'ad. Per Inwit, già quotata in Borsa e Sparkle, soggetta al golden power, si è più volte parlato nei mesi scorsi dell'ipotesi di vendita. Ora bisognerà capire cosa ha intenzione di fare Gubitosi di questi asset. Intanto comunque ha rafforzato la squadra con alcuni fedelissimi come Carola Bardelli, investor relator, Simone Cantagallo per la comunicazione istituzionale e Carlo Nardello, già con Gubitosi in Alitalia e Rai, che sarà chief strategic development & transformation office. Forse può apparire strano che in un momento di tensione interna al cda tra i primi azionisti della società - Vivendi e il fondo Elliott - Gubitosi nomini nuovi dirigenti. In realtà l'ad non è stato messo in discussione dai francesi e non è tra i 5 consiglieri di cui Vivendi ha chiesto le dimissioni nella prossima assemblea che sarà convocata, si pensa verso fine febbraio, dal cda del 14 gennaio. Il contrattacco dei francesi (che controllano il 23,9% di Tim) al fondo Elliott, che detiene un pacchetto dell'8,9% ma che potrebbe salire al 10%, parte il 14 dicembre, con l'accusa al presidente Fulvio Conti di aver orchestrato la manovra che ha destituito l'ex ad Amos Genish. La richiesta di revoca di 5 consiglieri in quota Elliott riguarda, oltre al presidente, anche Alfredo Altavilla, Massimo Ferrari, Dante Roscini, Paola Giannotti. Per sostituirli Vivendi ha pensato a Flavia Mazzarella, Franco Bernabè e Gabriele Galateri di Genola, entrambi veterani di Telecom, Rob van der Valk e Francesco Vatalaro. Il nodo della discordia fra Vivendi e Tim riguarda la rete, che Elliott sarebbe disposta a scorporare mentre Vivendi la vuole mantenere all'interno del perimetro aziendale. Ieri in Borsa Tim ha chiuso in calo dello 0,4% a 50 centesimi



MOSSE Luigi Gubitosi



Panne d'audience pour les applications de jeu télévisé sur mobile

Le modèle économique de Flashbreak n'est plus fondé sur la publicité mais sur le paiement des créateurs d'applications.

JEUX VIDÉO

Flashbreak, Quidol ou encore Bethewone peinent à conserver leurs joueurs, près d'un an après leur création.

M6 tente néanmoins ce pari sur le futur du jeu télévisé en lançant Wizzup.

Marina Alcaraz

Twitter: @marina_alcaraz

et Florian Dèbes

Twitter: @FL_Debes

Sur ce terrain-là, la télévision à l'ancienne tient encore tête aux smartphones. Environ un an après la création des premières applications de jeux télévisés sur mobile en France, le marché est loin d'être l'eldorado espéré. Nombre d'entre elles, pressenties par certains observateurs comme capables de supplanter les émissions de jeux traditionnelles, ont essayé de décrocher le Graal. En vain pour l'instant... Le constat est clair : ces tentatives de jeux, type « Questions pour un champion » sur smartphone, peinent à s'imposer dans le quotidien des Français.

L'espoir était pourtant énorme après le lancement réussi de la start-up américaine HQ Trivia. Mais même elle traverse aujourd'hui une période de doute outre-Atlantique

après le suicide de l'un de ses cofondateurs. Alors qu'elle était perçue, il y a encore quelques mois, comme une success-story américaine valorisée 100 millions de dollars.

« *Devant le succès initial de HQ Trivia, beaucoup ont tenté le coup. Car c'est un marché où il y a finalement peu de barrières à l'entrée...* », explique un connaisseur. Flashbreak, Quidol ou encore Bethewone, toutes ces applications s'étaient ainsi lancées dans la foulée. Mais aucune n'a encore trouvé le bon modèle et surtout le moyen de conserver des joueurs sur le long terme.

Le marché étant nouveau, la messe n'est pas encore dite. Il y a forcément encore des coups à jouer. C'est probablement pourquoi un acteur de la télévision traditionnelle, M6, tente aujourd'hui sa chance. En décembre, le groupe a discrètement lancé Wizzup, sa première application de quiz en direct. Chaque jour à 13h30, un présentateur de la chaîne propose aux candidats de leur faire gagner quelques milliers d'euros, avec des questions de culture générale.

Le quiz revendique autour de 7.000 joueurs quotidiens et espère une monétisation, via des achats de « jokers » dans l'application et ensuite via la publicité. Pour tester ce marché, la Six s'est appuyée sur Quidol, l'un des pionniers du secteur en France, dont il utilise la plate-forme technologique. En moins d'un an, ce dernier a convaincu 245.000 mobinautes de télécharger son application de concours de quiz, mais seule la moitié des adeptes se connecte encore une fois par mois, reconnaît aujourd'hui la start-up. Et chaque émission de quelques minutes ne réunit en moyenne que 7.000 personnes.

La start-up, qui refuse de révéler son chiffre d'affaires, dit générer les

deux tiers de ses recettes via des prestations en marque blanche et un tiers via la vente de jokers et la diffusion de publicité dans l'application. « *Nous manquons encore d'audience mais nous pensons toujours que nos applis sont les médias du futur*, souligne Sergine Dupuy, la présidente de Redpill, la start-up studio à l'origine de Quidol. *Notre modèle B to B nous permet d'être résilients pour durer, gagner en notoriété et créer des rendez-vous quotidiens.* »

L'un des principaux enjeux consiste à pouvoir créer de l'addiction pour retenir les joueurs. De ce point de vue, Flashbreak et Bethewone ont été déçus. Arrivé sur le marché il y a tout juste un an, le premier est passé d'un maximum de 30.000 à 40.000 joueurs quotidiens, avant l'été, au moment où il a eu comme présentateur invité Cyril Hanouna, à environ 5.000 joueurs selon ses données.

Or, à son lancement, la jeune pousse, soutenue par le fonds Alven, Kima Ventures (le fonds de Xavier Niel) et Anne Méaux (fondatrice d'Image 7), disait viser entre 300.000 et 500.000 utilisateurs courant 2018. « *Le problème de ce type de jeu est que les utilisateurs peuvent se laisser*, reconnaît Romain Salzman, son cofondateur. *A la différence d'un "Questions pour un champion" à la télévision, où l'on peut regarder l'émission tout en faisant autre chose, un quiz sur mobile nécessite une attention. Pendant le temps du jeu, on ne peut pas surfer ou envoyer des SMS, etc.* »

Les joueurs auront une influence sur l'animateur

Flashbreak a donc changé de formule, en proposant désormais des compétitions en direct de jeux sur mobile, ce qui permet de diversifier les formats. « *On a gardé le principe du direct, avec un présentateur qui*

commente les compétitions », reprend-il. Le modèle économique n'est donc plus fondé sur la publicité, nécessitant une large audience, mais sur le paiement des créateurs d'applications. Chaque fois qu'un joueur télécharge une application via Flashbreak, ce dernier est rémunéré quelques euros.

Quant à Bethewone, il n'est pas, lui non plus, au sommet de sa forme. L'application, qui a eu le soutien de l'animateur Julien Lepers (il en était le présentateur à ses débuts), est passée de 10.000-12.000 utilisateurs quotidiens, selon ses données, à environ 2.500 à 3.000. « *Outre le phénomène d'érosion que l'on constate pour la plupart des applis, ce type de quiz a créé une certaine frustration : il y avait finalement beaucoup de joueurs mais peu de gagnants* », observe Laurent Alexandre, son cofondateur.

Disponible en cinq langues (et aussi la langue des signes), l'application, qui a beaucoup perdu de fans durant l'été, vient de faire évoluer sa formule vers des questions moins élitistes, avec davantage de gagnants, et travaille aussi sur de nouveaux formats de divertissement, où les joueurs auront une influence sur l'animateur. Elle prépare parallèlement une levée de fonds de 3 millions, pour le début de 2019, pour faire grossir notamment une activité de marque blanche.

Certains jeux ont aussi fermé ou des tentatives se sont vite arrêtées, comme Oh My Quiz ! ou We Love Quiz développé par l'animateur-producteur Arthur. Les chinois de Cash Show semblent, eux, avoir quitté la France aussi vite qu'ils étaient arrivés... ■

Blackout dell'audience per le app dei giochi televisivi su smartphone



Apple seeks wider audience with Samsung move

The partnership is 'further evidence that Apple is willing to change its hardware-first approach' US group shifts strategy by allowing rival to integrate iTunes on its latest TV sets

TIM BRADSHAW — LONDON

A strong contender for Apple's biggest product launch of 2019 comes in the form of an app — for Samsung televisions or Amazon's home speakers.

As Apple prepares to unveil a streaming service with more than \$1bn of new TV shows and films from the likes of Oprah Winfrey, Steven Spielberg and JJ Abrams, it is looking for viewers well beyond the owners of iPhones, iPads and Apple TV sets.

On the eve of the Consumer Electronics Show in Las Vegas, Apple said it would bring its existing iTunes movies and TV app to Samsung's latest TV sets. The move marks the first time that Apple has allowed a TV manufacturer to integrate iTunes.

Owners of Apple's smartphones and tablets will also be able to stream content from their iPhones and iPads to the latest TV sets from Samsung, LG and Vizio using AirPlay 2, the companies announced at CES yesterday.

Apple's AirPlay technology, which until now has largely been used to connect to wireless speakers such as Sonos, means more iPhone owners can watch content on the big screen without having to buy an Apple TV accessory.

The Samsung partnership is "further evidence that Apple is willing to change its hardware-first approach and work with third parties to boost services revenue", said Gene Munster, a longtime Apple analyst and tech investor with Loup Ventures, in a note yesterday.

The deal follows Apple's partnership late last year with Amazon to put Apple Music on the online retailer's Echo speakers, to be controlled using its vir-

tual assistant, Alexa.

Both steps are unusual for Apple as they hand an advantage to devices competing with its own \$179 Apple TV set-top box and \$350 HomePod wireless speaker.

Making its software and services available on rival platforms is not completely new — Apple brought iTunes to Windows in 2003, which fuelled huge sales of its iPod music player. Nonetheless, as its core iPhone business comes under increasing pressure, analysts say Apple is looking to build a services business that can thrive outside its tight-knit family of products and generate meaningful revenues of its own.

Video will be central to its renewed services push, as Apple builds on the foundation of iTunes to develop a competitor to the likes of Netflix, Amazon Prime Video and Hulu. Morgan Stanley estimates that a bundle of media services, including video, music and news, could generate \$37bn a year by 2025.

Such a sum would vastly outstrip today's modest sales of the HomePod and Apple TV, which have not been among Apple's more successful devices.

"Instead of creating software to make its hardware more appealing, as has been the status quo, Apple is now permitting its software services on competing hardware," Mr Munster said.

Since the start of 2016, Apple has worked to convince investors that its services business is both more consistent and faster-growing than the quarterly gyrations of iPhone sales. In 2017, chief executive Tim Cook set a target of reaching \$50bn in annual services revenues by the end of 2020. He reiterated Apple's commitment to that goal to investors last week. Despite warning of a sharp drop in iPhone sales in China, Mr Cook pointed to "remarkable strength" in other areas, including record services revenues of \$10.8bn.

"They've managed to turn their business into something more than a single transactional sale," said Ben Wood, analyst at CCS Insight. "That is a relatively unique position. Much as plenty of other companies such as Samsung and Xiaomi talk about wanting to do that, they are

not delivering against it in the same way Apple are."

Mr Cook said last week that the number of devices in active use had increased by more than 100m units in the past 12 months — probably pointing to 1.4bn active devices in total, based on last year's figures. Many Apple customers own several of its products, with analysts estimating it has in the range of 650m to 800m unique customers (the company has never disclosed this figure itself).

In a series of notes on its services business late last year, Morgan Stanley estimated that Apple could increase annual revenues from that division by more than 20 per cent over the next five years, reaching \$101bn by 2023.

Yet despite striking new alliances with Samsung and Amazon, Apple's media drive is causing alarm among some of the App Store's most longstanding — and lucrative — partners.

Netflix has removed the ability to subscribe to its service through the App Store, depriving Apple of its 15-30 per cent cut of such subscriptions. Spotify and Amazon have previously taken similar steps to avoid the so-called "Apple tax", putting at risk hundreds of millions of dollars in App Store revenues.

As Apple grapples with a drop-off in iPhone sales, analysts speculate that it might make a big acquisition to bolster its growth. Media groups such as Netflix, Lionsgate or even Walt Disney have long been seen as potential targets for Apple.

Last week, Mr Cook made a pointed reference to Apple's existing plan to run down its entire \$130bn net cash pile — a figure that is almost exactly equal to Netflix's current market capitalisation.

"We look at many, many companies, including very large companies," Mr Cook told CNBC last week. "We've elected so far not to do those because we haven't found one that we said, 'wow, that's a nice intersection of Apple.' But I'd never rule it out."

Apple vuole raggiungere un pubblico maggiore grazie all'accordo con Samsung



Apple de moins en moins fermé aux autres fabricants de matériels

Pour élargir sa base de clients potentiels, Apple signe donc un accord avec son grand ennemi coréen.

TÉLÉVISION

Après Apple Music disponible sur les enceintes Echo d'Amazon, c'est au tour du portail iTunes d'être en accès direct sur les téléviseurs Samsung.

Nicolas Madelaine
 @NLMadelaine

Les investisseurs ont peut-être enterré trop vite l'iPhone la semaine dernière car le vrai prochain appareil – pas une simple amélioration par rapport au précédent comme l'est le « s » sorti en 2018 – devrait bien mieux se vendre en Chine, disent aujourd'hui certains analystes. Mais cela n'enlève rien au fait que la société dirigée par Tim Cook se donne toutes les chances pour que prospère sa division « services », en particulier son offre Apple Music et sa future offre vidéo, et ce au prix d'entorses à son modèle fermé.

Apple Music était déjà devenu accessible depuis l'ensemble de la gamme Echo, les enceintes connectées d'Amazon, et donc plus seulement via des enceintes HomePods maison. Et le groupe vient de franchir une nouvelle étape en annonçant qu'il rendait iTunes (son portail d'accès aux contenus audiovisuels) disponible en achat à l'acte sur la plate-forme des téléviseurs connectés de Samsung, le numéro un mondial de la télévision.

HomePod et AppleTV laissés pour compte ?

L'appli qui n'était jusque-là disponible que sur des terminaux Apple ou

via une Apple TV va devenir aussi facile à télécharger que les applications Netflix ou Hulu. Pour élargir sa base de clients potentiels, Apple signe donc un accord avec son grand ennemi coréen dans la tech. En outre, les téléviseurs Samsung pourront reprendre AirPlay, l'outil permettant de diffuser sur l'écran de télévision ce qui l'est sur les appareils Apple (iPhone, iPad, etc.). Le géant californien a même précisé qu'AirPlay serait disponible sur d'autres téléviseurs intelligents, dont ceux de LG. Les contenus vidéos Apple, d'iTunes et de sa future offre, pourront donc être vus sur beaucoup d'appareils.

Apple ne va sans doute pas renoncer entièrement à son écosystème propriétaire tant le mariage entre ses matériels et son propre système d'exploitation lui permet, disent les analystes, de facturer ses « hardwares » plus cher que le reste du marché. Mais ce qui est sûr, c'est qu'il est prêt à l'ouvrir pour les enceintes HomePods et l'Apple TV, qui selon l'analyste des technologies Ben Thompson, ne sont plus des priorités compte tenu de leur succès limité.

Toujours est-il que l'accord avec Samsung attise la curiosité des spécialistes sur la future offre audiovisuelle d'Apple, pour laquelle la firme a déjà mobilisé un milliard de dollars en commandes de contenus. Pour l'analyste Rich Greenfield, Apple va lancer en 2019 un service vidéo gratuit pour les utilisateurs d'iPhone et d'Apple TV qui serait peut-être payant pour les propriétaires d'appareils fonctionnant sous Android. Pour Matthew Ball, ancien responsable stratégie d'Amazon Studios, le contenu audiovisuel d'Apple sera agrégé dans une offre commune avec Apple Music, les infos d'Apple News, les services cloud et santé et sera vendu avec une réduction aux propriétaires d'appareils Apple. Personne n'imagine pour le moment qu'Apple va lancer une offre proposant autant de contenus que Netflix... Réponse bientôt. ■

Apple sempre meno chiusa agli altri produttori di dispositivi



Samsung embarque les services de son grand rival Apple dans ses téléviseurs

La stratégie du fabricant sud-coréen vise à faire du téléviseur le centre de la maison connectée.

ELSABEMBARON @elsabembaron
LAS VEGAS

ÉLECTRONIQUE Dès l'ouverture du salon de l'électronique grand public qui se tient cette semaine à Las Vegas, Samsung donne le ton. Le leader du secteur met l'accent sur deux grandes thématiques : l'accès aux services et les écrans de télévision toujours plus grands. Le tout agrémenté d'intelligence artificielle.

Tout d'abord, Samsung a annoncé que ses téléviseurs connectés intégreraient dès l'été prochain une grande partie des services vidéo d'Apple. Dans le détail, le magasin de vidéo à la demande de la marque américaine, iTunes Movies, sera directement accessible sur les nouveaux téléviseurs de Samsung, tout comme TV Shows et AirPlay 2, qui permet d'envoyer directement un contenu de son iPhone ou de son iPad vers son téléviseur. Cette collaboration entre les deux groupes, à la fois rivaux et partenaires dans de nombreux domaines, marque une étape importante dans leurs stratégies respectives. Les téléviseurs de la gamme 2018 seront eux mis à jour dans les prochains mois.

Assurer la compatibilité

Pour Samsung, ce partenariat correspond à une volonté de replacer le téléviseur au centre des foyers. La marque coréenne intègre désormais tous les services de vidéo à la demande directement sur ses téléviseurs : iTunes, Netflix, YouTube, sans oublier les offres locales, par exemple RMC Sport et Canal+ pour la France.

Samsung a aussi pris le pari d'intégrer les assistants vocaux Alexa d'Amazon et Google Assistant à ses téléviseurs, les plaçant au cœur de la maison connectée. Ce souci d'exhaustivité répond aussi à un besoin des consommateurs, généralement équipés d'appareils provenant de plusieurs marques. Il est donc fondamental d'assurer la compatibilité de ces équipements, qui gagnent en efficacité et en attractivité quand ils sont utilisés avec d'autres.

Concurrencé par les smartphones et les PC, le téléviseur connecté est aujourd'hui mieux armé pour y faire face. Il apporte la même facilité d'accès aux grands sites de contenus vidéo avec, en outre, le bénéfice d'un écran de plus en plus grand. Samsung développe une technologie de « micro-LED » qui lui permet de présenter cette année des écrans pouvant dépasser les 5,60 mètres de diagonale. Baptisé justement « The Wall », la taille de ces écrans peut être modulée en fonction des besoins de chacun... à condition de casser sa tirelire. Les prix, qui n'ont pas été communiqués, devraient être très élevés.

En acceptant de voir ses services de vidéo à la demande être accessibles sur les téléviseurs de Samsung, Apple prend, lui, le pari du service. La marque ne dispose pas de téléviseurs, son Apple TV, un boîtier qui se branche sur la télé, n'est pas au centre de sa stratégie. En revanche, la vente de services et de contenus en ligne l'est plus que jamais. Avec des parts de marché supérieures à 35 % dans certains pays, Samsung ouvre à Apple l'accès à une nouvelle clientèle pour la distribution de ses contenus. ■

LG dévoile un écran de télévision capable de se rouler

Lors de sa conférence au Consumer Electronics Show, le géant coréen LG a roulé des mécaniques dans l'un de ses secteurs de prédilection : les téléviseurs. Il y a notamment présenté un appareil impressionnant, hybride entre la télévision et l'enceinte, dont l'écran est capable de se « rouler » dans sa barre de son. Il peut être

utilisé pour regarder la télévision, quand elle est complètement déployée, afficher des notifications, avec un format en bande, ou simplement comme une enceinte, pour écouter de la musique. La télévision disparaît alors complètement. LG a également annoncé la sortie officielle de ses premiers téléviseurs 8K (qui permet de

doubler la définition de l'image des dalles 4K), déjà présentés en prototype l'année dernière, et qui seront mis en vente en 2019. LG en a aussi profité pour dévoiler que, comme Samsung, ses télévisions seraient désormais compatibles avec AirPlay et HomeKit, afin de communiquer avec les appareils d'Apple.

L. R. (À LAS VEGAS).

Samsung include i servizi del suo grande rivale Apple nei suoi televisori

