



RIVOLUZIONE DIGITALE E BIG DATA
VERSO UN RAFFORZAMENTO DEL CONSUMATORE

Andrea Granelli

Corigliano Calabro, 15 dicembre 2016

MI PRESENTO

5 anni in McKinsey (1989-1995)



McKinsey Portugal

Overview | Our work | Our people | Latest thinking | Careers in Portugal | Contact us



We serve 15 of Portugal's 20 largest companies, helping them to achieve substantial, sustainable improvements to performance—and we are closely involved in work to reform Portugal's economy.

ATTUALITÀ

Tre ex McKinsey che fanno forte strada: da sinistra, Alessandro Profumo, Corrado Passera e Massimo Capuano.

GLI EX CHE SONO DIVENTATI BIG

Gian Luca Bragagnoli funding partner McKinley	Roberto D'Amico direttore generale (Zalando)
Alessandro Profumo amministratore delegato (Pirelli)	Massimo Capuano amministratore delegato (Banco di Sicilia)
Corrado Passera amministratore delegato (Pirelli)	Vittorio Ciani amministratore delegato (Olivetti)
Francesco Cusi amministratore delegato (Pirelli)	Paolo Calzavara presidente (Schneider)
Gian Filippo Carini presidente (Sanofi)	Enrico Guasconi amministratore delegato (Lloyd Azzurro)
Paolo Scaroni amministratore delegato (Pirelli)	Luca Cusi amministratore delegato (Pirelli)
Roberto D'Amico direttore generale (Zalando)	Giovanni Di Noli amministratore delegato (Pirelli)
Massimo Capuano amministratore delegato (Banco di Sicilia)	Ugo Goldoni amministratore delegato (Pirelli)
Vittorio Ciani amministratore delegato (Olivetti)	Andrea Corbelli amministratore delegato (Pirelli)
Paolo Calzavara presidente (Schneider)	Marco Geronzi amministratore delegato (Pirelli)
Enrico Guasconi amministratore delegato (Lloyd Azzurro)	Lara Rinaldi amministratore delegato (Pirelli)
Luca Cusi amministratore delegato (Pirelli)	Marco Mantovani amministratore delegato (Pirelli)
Giovanni Di Noli amministratore delegato (Pirelli)	Roberto D'Amico amministratore delegato (Pirelli)
Ugo Goldoni amministratore delegato (Pirelli)	Luigi Oni amministratore delegato (Pirelli)
Andrea Corbelli amministratore delegato (Pirelli)	Stefano Scaglia amministratore delegato (Pirelli)
Marco Geronzi amministratore delegato (Pirelli)	Carlo Vercelli amministratore delegato (Pirelli)

SODALIZI D'ELITE COME AGISCE LA POTENZA MCKINSEY

Fate largo alla superlobby

Guidano grandi aziende pubbliche e private, ma il unico aver lavorato per la più influente società di consulenza del mondo. Così, in caso di bisogno...

di MARCO COBIANCHI

Vale il momento di crisi di Harvey Golub, presidente dell'American Express? Se avesse lavorato alla McKinsey (giungla in bianco, anche se lo per qualche mese, non c'è niente di più facile. Golub è, infatti, un ex partner della società di consulenza più influente del mondo) (Business Week), come si fa, tutti i suoi dati, compreso il numero di telefono di casa e di cellulare, sono presenti nel database dei siti ufficiali della società (www.mckinsey.com). Ad avere accesso al elenco, che ormai contiene di varie migliaia di nomi, sono tutti i partner ed ex partner della McKinsey. A che cosa serve l'elenco? A fare affari, naturalmente. In McKinsey, infatti, hanno lavorato alcuni dei più potenti manager del pianeta.

Secondo uno studio della società, il 40 per cento dei dipendenti, dopo cinque anni di lavoro, viene assunto in posizioni dirigenziali da un'altra società. In questo modo si è creata nel corso del tempo una rete di relazioni, riconosciute e sostenute che riguardano tutti i settori economici in tutti i paesi del mondo. In Italia sono in 320 e tra qualche anno molti di questi saranno le firme dei Corrado Passera, Alessandro Profumo e Massimo Capuano, tutti ex McKinsey e tutti a capo importanti aziende della Pro-Ste, dell'Unicredit e della Banca italiana.

Per assistere vivo lo spirito di gruppo, periodicamente vengono organizzati convegni internazionali che riuniscono tutti gli indipendenti che lavorano nello stesso settore economico in modo da agevolare i contatti. «Non continuiamo con la solita storia che la McKinsey è una lobby», avverte Gian Emilio.

Un'armata invincibile

La McKinsey è la più nota società di consulenza del mondo. Fondata in America nel 1926, ambasciatrice fra i suoi clienti non solo le grandi multinazionali, ma anche molti stati. Compito della società è consigliare i clienti sulla organizzazione del lavoro.

Inoltre, aspetti finanziari, sia ordinari sia straordinari e disegnare gli scenari strategici del settore di attività. La McKinsey ha 83 sedi in tutto il mondo dove lavorano oltre 6 mila professionisti. In Italia sono 320. In massima parte italiani e tedeschi. Dalle loro file sono usciti alcuni dei più noti manager di aziende pubbliche e private nazionali.

Per questo, anche da noi, si è affacciata la leggenda che aver lavorato qualche tempo alla McKinsey sia il modo migliore per far carriera nel settore.

20/11/2005 | L'Espresso | 85

Braccio destro di Nichi Grauso in VOL - Video On Line (1995)



Nichi Grauso



Fondatore e Ceo di tin.it (1997-2000)

Parla Andrea Granelli

Anche Tin.it in azienda

Da quando la diffusione dell'accesso gratuito al Web ha obbligato i principali operatori italiani a offrire connessioni gratuite agli utenti consumer, la fetta di mercato della fornitura di accesso e servizi agli utenti business è diventata ancor più appetitosa. Tin ha quindi retto gli indugi, e ha lanciato una proposta commerciale focalizzata per le piccole e medie imprese, un settore in cui sta già attiva ma non in modo molto aggressivo. Con la definizione all'interno del gruppo Telecom di una struttura Internet, che integra sia l'offerta di Tin, sia quella di Internetbusiness, rivolta alle grandi aziende, infatti, è stato possibile concentrare le forze in quest'area e realizzare una integrazione dell'offerta residenziale e aziendale, entrambi ormai responsabilità di Andrea Granelli.

Domanda. Tin sta cambiando vocazione da fornitore di accessi alle famiglie a fornitore di servizi al business?

Risposta. Assolutamente no, siamo nati e rimaniamo un provider residenziale. Ma la nostra esperienza nella concessione delle abitudini e delle esigenze delle famiglie online italiane ci rende estremamente adatti a sviluppare un'offerta integrata che si estenda alle imprese, per offrire i servizi giusti alle aziende che vogliono fare commercio elettronico e che, essendoci conosciute il pubblico di riferimento e Tin.it sta appunto sfruttando la sua conoscenza del consumer per dare gli strumenti più adatti alle imprese che vogliono operare sul Web.

D. Negli ultimi mesi il quadro competitivo per Tin è cambiato molto: da provider leader nel segmento della vendita di accessi alle famiglie avete diviso adeguatamente l'offerta di connessioni gratuite e riformulare nuove forme di reddito, puntando più nettamente sul segmento business. Come si evolverà l'attività di Tin in relazione a questi cambiamenti?

R. In effetti, il nostro modello di business ci è modificato: prima la maggior parte dei nostri proventi veniva dalla vendita di abbonamenti. Adesso una parte verrà dall'interconnessione, in base al traffico generato con i collegamenti gratuiti.



I canoni di abbonamento continueranno comunque una voce importante del nostro fatturato, ma saranno controposti per servizi premium. In questi giorni abbiamo annunciato il lancio a dicembre dell'offerta ad alto (Internet ad alta velocità su linea telefonica, ndr) in 25 città. Il prezzo non è stato ancora deciso ma sarà una novità per il sistema italiano: una tariffa flat, come negli Usa, dove il consumatore paga un canone mensile fisso che comprende anche il traffico, e quindi non è influenzato dal tempo di connessione. Con l'ampiezza di banda dell'adsl sono possibili vere applicazioni multimediali. Il nodo capitale della nostra offerta è relativo al web hosting, con nuovi prodotti per facilitare la presenza delle aziende in rete. Infine, c'è l'aspetto della visibilità, cioè commercio elettronico e pubblicità, che sarà un vero centro di ricavi per Tin in un secondo tempo, cioè quando ci sarà una maggiore diffusione delle infrastrutture.

D. Cosa cambia per Tin con il nuovo assetto societario del gruppo?

R. La struttura ora è più efficace e c'è maggiore efficienza sia nel governo aziendale sia nelle possibilità di integrazione commerciale. Il nuovo azionista crede fermamente nello sviluppo di Internet, su tutte le piattaforme. Abbiamo annunciato l'intervento di offrire Pc semplici, ideati per la navigazione, in affitto, per aumentare la penetrazione superando la barriera dei costi, e con l'installazione in casa, con il massimo di aiuto all'utente. Ma continueremo a seguire lo sviluppo delle altre piattaforme di accesso a Internet, dalla web 7x a cellulari.

CORRIERE DELLA SERA

L'analisi elaborata dal perito nominato dal Tribunale valorizza le prospettive di crescita del gruppo

«Tin.it vale 40.208 miliardi»

Le conclusioni della Ernst & Young sulle attività Internet di Telecom

MILANO — Tin.it vale 40 mila miliardi di lire. Anzi, per la precisione, 40.208 miliardi. È questo il risultato della perizia condotta dalla società di revisione contabile Ernst & Young, su incarico del Tribunale di Torino. È la prima volta che un esperto indipendente mette nero su bianco una stima ufficiale del valore delle attività Internet destinate a passare da Telecom Italia a Sea-Pagine Gialle per tre mesi, in attesa di essere cedute alla New Economy.

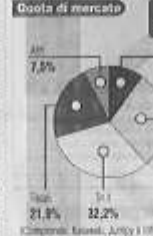
Ma prima del voto della fusione, previsto per autunno inoltrato, il gruppo guidato da Roberto Calvi ha

confermato tutte le proprie attività Internet a una società ad hoc, la Immobiliare Sangiuliano. Quest'ultima, a sua volta, ha anche analizzato l'attività e le prospettive di Tin.it per giungere a una stima del valore di mercato della società. Un valore basato su 40 mila miliardi circa sulla base, dicono i periti, «dei fatturati con alcuni concorrenti internazionali», che però non vengono specificati.

La stima formulata dalla Ernst & Young si basa su dati societari al 31 dicembre scorso e potrebbe di-

Internet in Italia

Quota di mercato



Numero abbonamenti gratuiti



Comptel, Easnet, Jany e i altri

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

LE TAPPE DELL'OPERAZIONE

TIN.IT DIVENTA SPA.

È il primo passaggio, già avviato. L'operazione: Telecom ha incorporato la divisione Internet in una società controllata al 100% che ha preso il nome di Tin.it spa.

ROSSONE PARDALE.

All'assemblea di luglio Telecom delibererà una cessione parziale di poco più dell'8% di Tin.it conferendo a Sea-Pagine Gialle che in cambio assumerà il capitale sociale e riceverà azioni per i suoi Telecom.

FUSIONE IN SEAT.

Tin.it sarà incorporata in Seat sulla base di un rapporto di cambio alla pari (1 a 1) e la al termine.

La prospettiva Telecom sarà che il 60% del capitale di Sea-Tin.it

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young

Fonte: Ernst & Young



"Mr. Net", l'aiuto virtuale di Tin

<Hai già un mouse ma non sei ancora su Internet?>

Basta scegliere l'abbonamento a Telecom Italia Net che fa per te per entrare in Internet alla grande.

(E avere un mondo di servizi a tua disposizione.)

tin.it

la tua Internet

Capo della ricerca di Telecom Italia – TILab (2001-2004)

AZIENDA/TELECOM ITALIA LAB

La 'innovation company'

Per la divisione di Telecom Italia ricerca e profitti non sono incompatibili

“La maggior parte di quel che c'è adesso su Internet è perfettamente inutile. Pagine so pagine che non legge nessuno e nessuno vorrebbe leggere”. Non è un'ironia con la Rete Andrea Granelli, vulcanico ceo (chief executive officer, cioè amministratore delegato) di Telecom Italia Lab, la nuova business unit di Telecom Italia. Eppure la sua, come una donna misteriosa che nasconde i suoi segreti e le sue contraddizioni. «Siamo ancora cercando di capire che cos'è Internet, ogni giorno qualcuno inventa una definizione nuova e nessuna è quella giusta».

Trentatré anni e una carriera che parte da una laurea in informatica e una borsa di studio al Cnr per approdare ai piani alti di Telecom, Granelli è un po' un Ulisse del XXI secolo, con la senilità di esplorare i territori sconosciuti, fare nuove esperienze, superare i limiti fissati da altri. Progetta l'idea della prossima ventura in una stanza tutta in bianco, spazi liberi, schermi di computer e schermi misti alla lavagna, in Corso d'Italia 41, a Roma. È il palazzo della direzione generale Telecom Italia, e nelle stanze di Granelli l'atmosfera ricorda quella del Media Lab di Negroponte, o la sede di una promettente start up della new economy o gli uffici di un aggressivo venture capitalist dell'ultima generazione. Impressioni contrastanti perché Telecom Italia Lab, nata il 23 gennaio scorso, è tutte queste cose e molte altre.

“L'idea base nasce dall'esistenza dello Cseli, il centro di ricerca del gruppo Telecom Italia, che è uno dei più avanzati del mondo, e dall'aspirazione di unire la ricerca e l'attività di venture capital”, spiega Granelli mentre pranza con un vasetto di yogurt speciale (il latte di bufala, è ecologico) e abbiamo presentato il progetto al consiglio di amministrazione. Il risultato è una innovation company, anzi: The Innovation Company, perché la missione di T-Lab – così viene accorciato il nome della nuova azienda – è tutta concentrata in questi parole: “Si tratta di stimolare, seguire, gestire l'innovazione”, spiega ancora Granelli. In tutti i suoi aspetti, dalla prima idea alla sua applicazione,



Andrea Granelli, amministratore delegato di Telecom Italia Lab. La nuova business unit di Telecom Italia ha come missione quella di stimolare, seguire e gestire l'innovazione, senza mai perdere di vista l'obiettivo del profitto.

comprende le risorse finanziarie allo stadio di venture capital e le alleanze strategiche necessarie per lavorare su un mercato mondiale”.

Tutto questo con un occhio ben puntato al mercato e ai ritorni finanziari per il gruppo: T-Lab punta ad accelerare la creazione di nuovi servizi che portino valore aggiunto e vantaggi competitivi al gruppo Telecom, nonché le scritte neri su bianco) significativi guadagni. Un'ipotesi che ha fatto stare qualche mese tra i paradisi della ricerca pura, specie per quel che riguarda il ruolo dello Cseli, una agenzia che impiega 1.000 ricercatori, con 15 mila metri quadri di laboratori a Torino e che, insieme al Cnr, fa parte di un consorzio di ricerca europeo in questo settore. Tanto per ricordare qualcosa, è allo Cseli che è stato insegnato e sviluppato l'Mp3, il famoso protocollo di compressione dei file musicali su Internet. Già oggi la ricerca pura è solo il 25 per cento dell'attività dello Cseli, considerata una quota limite. Non si rischia di perdere valore puntando alla ricerca del profitto? Andrea Granelli non ha una risposta. Ne ha tre. E le ritiene tutte convincenti. “Primo”, enumera, “Telecom Italia

Lab non è la Compag, non deve produrre hardware, macchine, computer, nuove tecnologie da brevettare. Noi siamo un service provider, un incubator, facciamo ricerca e sviluppo e investiamo in start up ad alto potenziale. Insomma, la nostra attività non è la caccia al brevetto. Anche se...”. Anche se? “C'è un gap enorme da colmare tra i brevetti innovativi in Europa e Usa”, dice Granelli mostrando una tabella comparativa: “Nel 1999 negli Usa sono stati presentati 272.221 brevetti, in Europa solo 125.750 e in Italia 9.330”. Bene. “Seconda risposta”, prosegue: “È il senso della misura, anche per i ricercatori. C'è uno spazio per il venture capital 'early stage' (cioè fase iniziale), la possibilità di finanziare ricerche che possono avere prospettive di business solo a lungo termine, ma i ricercatori devono imparare a essere misurati, a trovare un equilibrio”. La terza risposta? “È un esempio: guardiamo quel che è successo con il genoma. In quel caso un grande progetto finanziato dagli Stati, lo Human Genome Project, è una ricerca finanziata da venture capital e condotta da un'azienda privata che ha per scopo il profitto, la Celera, hanno prodotto risultati simili e sono arrivati a collaborare. È la dimostrazione della possibilità, per il venture capital, di affrontare anche ricerche di base”.

E, poi, Granelli ci tiene al rapporto con i ricercatori e con il mondo accademico. Anzi, ne fa un punto cardine della strategia di Telecom Italia Lab, alla pari con la ricerca e il business. Si va in Delphi, una specie di consorzio collettivo per pensare il futuro della società, dell'economia e dell'innovazione, che coinvolge tra gli altri Stefano Rodotà, Alberto Abruzzese, Luigi Spaventa, Paolo Simona, Antonio Ricchetti, a un laboratorio della conoscenza con cadenzati delle più importanti università italiane che sperimentano le nuove tecnologie applicate all'insegnamento, alla collaborazione sinergica con il Mit. E c'è anche il progetto di una vera e-università, con un corso di laurea in scienze delle comunicazioni: “Il più adatto per sperimentare il nuovo modello di università, che nasce dalla disponibilità delle nuove tecnologie”, spiega Granelli. “Si tratta di cam-



Loquendo
We Speak. We Listen. We Understand.



NUANCE



Presidente dell'archivio storico Olivetti



In un mondo sempre più complesso e imprevedibile e manipolabile
una buona **conoscenza del digitale (e dei suoi lati oscuri)** –
insieme all'«**abilità nel trovare e usare i dati**» e a un «**sano
scetticismo**» – possono aiutarci a vivere meglio e a tutelarci dalle
molte **trappole** pensate per il «**consumatore nel XXI secolo**».
Una scarsa presenza di queste competenze rischia di:

- farci **prendere decisioni non informate** (senza avere gli elementi necessari – pezzo, funzionalità, parere degli utilizzatori ...)
- accontentarsi sempre ... **non confrontando le proposte ricevute** con altre opzioni
- cadere – senza neanche accorgersi – in **inganni e frodi**
- spingerci a **vivere oltre le nostre possibilità**

...

ALCUNI BREVI CENNI SULLA RIVOLUZIONE DIGITALE

Il digitale è molto di più di un settore economico



- **Apple sfonda il tetto dei 700 mld di dollari di capitalizzazione** (record nella storia americana). La seconda più grande è Exxon Mobile, che vale "solo" 385 mld di dollari (febbraio 2015)
- **I 5 grandi gruppi del digitale** (Apple, Google, Microsoft, Cisco, Oracle) **hanno in cassa oltre 417 mld di dollari**. Apple ne ha 178 (febbraio 2015)
- **Apple ha 193,5 mld di dollari in cassa** e potrebbe comprarsi 484 delle 500 aziende delle indice S&P 500. Tutte cioè, tranne le prime 16 (CorrierEconomia, maggio 2015)
- Secondo Forbes **Bill Gates è l'uomo più ricco del mondo**, con un patrimonio di oltre 79 mld di dollari (marzo 2015)
- **L'industria dei videogiochi è più grande di quella di Hollywood** e vale circa 100 mld di dollari (marzo 2015)

Le potenzialità trasformative del digitale: alcune tracce



eCommerce ed
infocommerce



Social media



Mobile &
new device



Augmented reality



IoT



Big & Deep data



Stampa 3D



Robotics



ePayment



Cloud computing



Neuro science & A.I.

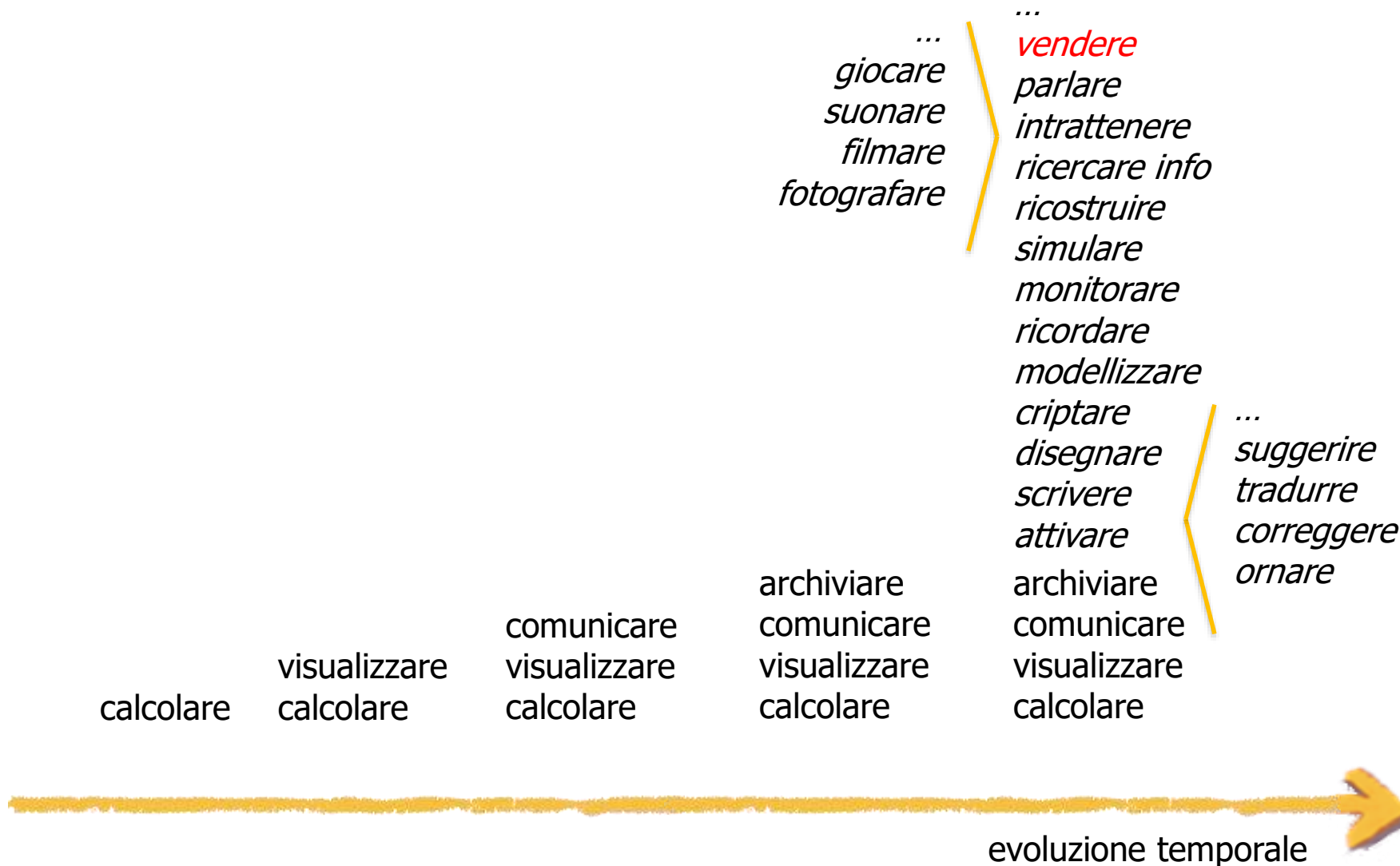


Digital security



New logistics

L'esplosione delle funzionalità del digitale



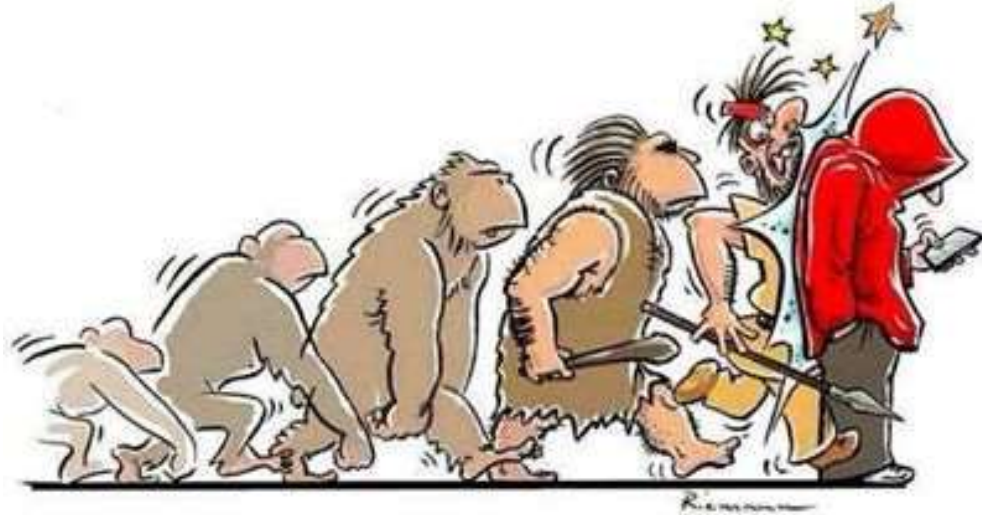
La rapidissima trasformazione degli utilizzatori



Proclamazione Papa Benedetto XVI



Proclamazione Papa Francesco



Ogni innovazione genera implicitamente nuove criticità

La tecnologia crea innovazione ma – contemporaneamente – anche rischi e catastrofi: Inventando la **barca**, l'uomo ha inventato il **naufragio**, e scoprendo il fuoco ha assunto il rischio di provocare incendi mortali (Paul Virilio)





Alcune (crescenti) aree problematiche del digitale

1. **Supporto alla democrazia e all'equità?** Dal click-tivism ai pericoli di Wikipedia fino all'uso criminale del potere del digitale
2. **Irrobustimento competitivo delle imprese?** L'invasione delle eMail, l'esplosione della complessità e il multitasking crash
3. **Potenziamento del sé?** Ansia da disconnessione, nuove dipendenze e le patologie da digitale
4. **Creazione di capitale sociale?** L'amicizia nell'era di facebook e la delusione dei social media
5. **Impatto ambientale trascurabile?** Inquinamento informativo, data centre energivori, eWaste
6. **Facilitazione del libero mercato?** La rapida ascesa dei neo-monopolisti digitali
7. **Garanzia e diffusione della cultura per tutti, rispetto della diversità?** Google, Wikipedia, apps e la nuova omogeneizzazione culturale
8. **Eternità dei dati e robustezza delle piattaforme ICT?** Dal degrado digitale ai disastri informatici
9. **Il nuovo oppio dei popoli?** Dagli oggetti elettronici di culto ai mondi virtuali
10. **Frodi, virus e le nuove sfide alla sicurezza**
11. **La vendita di prodotti non controllati**
12. **Le zone d'ombra della libertà digitale:** violenza diffusa e la facile apologia di razzismo e nazismo



2013



I rischi dell'automazione «a tutti i costi»



INNOVATION, the elixir of progress, has always cost people their jobs. In the Industrial Revolution artisan weavers were swept aside by the mechanical loom. Over the past 30 years the digital revolution has displaced many of the mid-skill jobs that underpinned 20th-century middle-class life. One recent study by academics at Oxford University suggests that **47% of today's jobs could be automated in the next two decades.**

Fonte: editoriale dell'Economist, 18 gennaio 2014



I data center voraci consumatori di energia



Secondo una recente inchiesta del NY Times, nel 2011 sono stati censiti nel mondo 509.147 datacenter; la loro estensione fisica occupa 26 km quadrati (3.800 campi di calcio) e di questi il 25-33% si trova negli USA. Solo i datacenter governativi USA sono passati dai 432 del 1998 ai 2.094 del 2010.

In totale questi data center consumano 30 miliardi di watt di elettricità (quanto prodotto da 30 centrali nucleari)



Invasività dei social media: ci dicono loro cosa fare



- "REMINDER. This pending invitation is awaiting your response. From XXX"
- "Top news today: The 8 Signs That You Have an Extraordinary Boss".
- "Congratulate X on the new job"
- "Congratulate Antonio Spadaro on the work anniversary (Antonio Spadaro is celebrating 2 years at Pontifical Council for Culture)"



"Torna con noi": "mantieni attivo il tuo account eseguendo un accesso prima del 15 luglio 2013. Una volta riattivato il tuo account, ogni volta che esegui un accesso, la validità del tuo account viene estesa per altri 12 mesi."



"XXX vuole stringere amicizia con te su Facebook: 101 amici - 79 foto - 1 nota - 52 posti in bacheca"
"XXX ti ha fatto una domanda"
"XXX ti ha suggerito di mettere 'mi piace' su ..."
"XXX ti consiglia di aggiungere questo sito alle Pagine che ti piacciono..."
"Andrea, hai delle notifiche in sospeso"
"Ecco alcune attività che potrebbero esserti sfuggite su Facebook"
"XXX ha annullato l'evento YYY"
"XXX ha aggiornato il link YYY"
"XXX (amico di ZZZ) ha commentato un post in cui sei taggato"
"XXX sta aspettando che tu veda il suo post sul tuo diario"

Le manipolazioni del digitale: il ritocco digitale di Keira Knightley nel film *King Arthur*



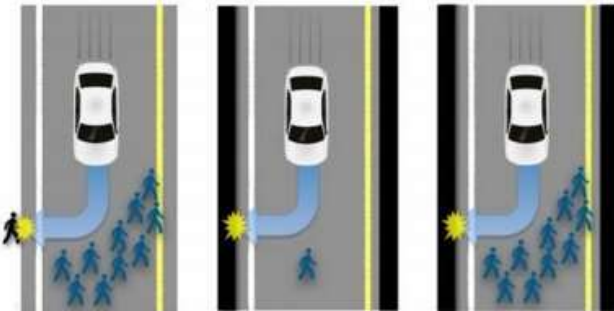


I veicoli a guida autonoma che decidono "autonomamente" sugli incidenti

Xb Emerging Technology From the arXiv
October 22, 2015

Why Self-Driving Cars Must Be Programmed to Kill

Self-driving cars are already cruising the streets. But before they can become widespread, carmakers must solve an impossible ethical dilemma of algorithmic morality.



MIT
Technology
Review

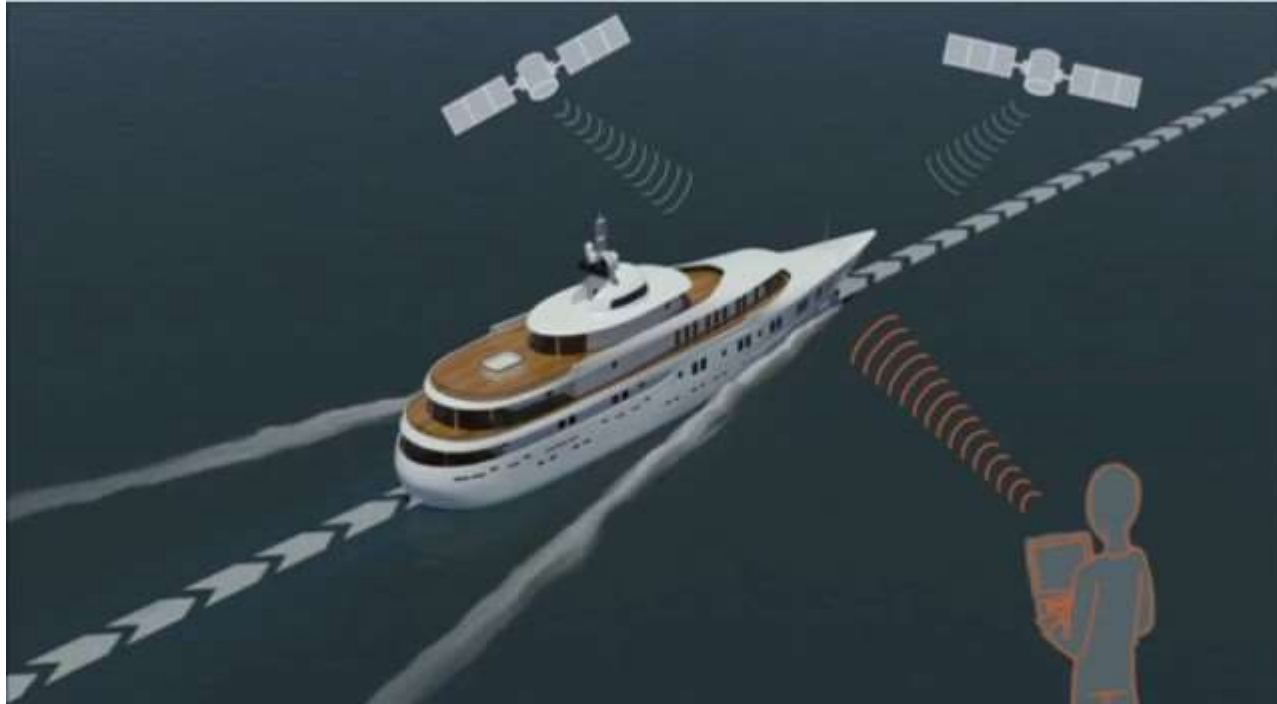
Une Google Car devra-t-elle
parfois choisir de sacrifier
ses passagers?



Può essere pericolosissimo (e in prospettiva anche discriminatorio) risolvere in modo NON trasparente le scelte etiche legate a specifici comportamenti "eccezionali"



L'hacking dei sistemi satellitari di guida



A student "attacker" commanded the spoofing device and sent faint civil GPS signals toward the ship's GPS antennas. The spoofing signals were increased to the point that they were stronger than the ship's normal satellite signals. This way, **the "attacker" could take control of the ship's navigation system remotely** (luglio 2013)



La gara con i propri car navigator



In **Inghilterra** ci sono **circa 7,2 milioni di automobilisti** che **ogni giorno cercano di "battere" il navigatore**. Poiché questi sistemi sono molto efficienti (lunghezza del percorso, semafori, stato del traffico, ..) per batterli bisogna violare la legge. Ad es. il 51% dei guidatori intervistati da ICM dichiara di superare i limiti della velocità e il 2% ha ammesso di aver avuto incidenti (ad es. urtando macchine parcheggiate) in queste «gare» con il navigatore (ICM Research, luglio 2011)

Gli hoax (e non solo) di Wikipedia

La notizia che Gaius Flavius Antoninus fosse l'assassinio di Giulio Cesare è rimasta in Wikipedia per oltre 8 anni (dal 2004 al 2012)

L'esistenza di una "Unità del Trombone" del terzo Reich voluta da Joseph Goebbels per scopi propagandistici è stata scoperta solo 5 anni dopo

Invece una frase del compositore Maurice Jarre – pubblicata il giorno dopo la sua morte (28 marzo 2009) – è stata svelata dopo solo 24 ore dalla pubblicazione.

Nel 2007 la voce riguardante la ribellione Shimabara del XVII secolo in Giappone sosteneva che i missionari gesuiti avessero supportato economicamente i rivoluzionari

Un medico di New York fu chiamato in causa per l'assassinio del presidente Kennedy nel 1963

La voce "Obama" ha incluso a lungo nella sezione "vita privata" la leggenda metropolitana secondo la quale sarebbe un mussulmano praticante nato in Kenia



Giornalisti creduloni che si fidano di Wikipedia ...



WIRED.IT ATTUALITÀ **INTERNET** GADGET MOBILE SCIENZA ECONOMIA LIFESTYLE PLAY LOL IDEE VIDEO GALLERY DATA

HOT TOPIC GOOGLE DATAGATE CALCIO STAMPA 3D JOBS ACT VEDI TUTTI

HOME **INTERNET**

18428  CONDIVISIONI

 1100  683  230

Come ho fregato tg, politici e giornali con qualche riga su Wikipedia

I giornalisti verificano le proprie fonti? A giudicare dal nostro esperimento, ben poco

In tanti mi hanno chiesto "Come hai fatto?"

In realtà è stato semplice, fin troppo. È nato così, come un **innocente esperimento** sul giornalismo in Italia.

Daniele Virgillito
Scrittore Freelance, danvirgillito.com
Pubblicato gennaio 15, 2014

SEGUI WIRED SU
f 125k t 126k g+ 151k 6k

4 Nuovo su Wired

Streaming Serie A, come vedere Milan-Verona su smartphone, tablet e

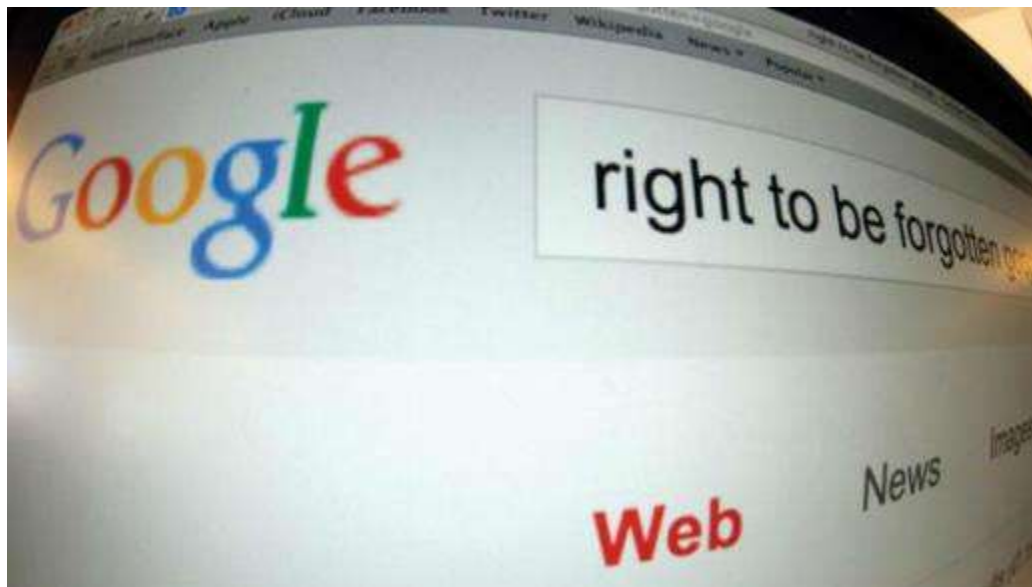
TOP GALLERY

1 

2 

FONTE: Wired.it, 15 gennaio 2014

I problemi legati al diritto all'oblio



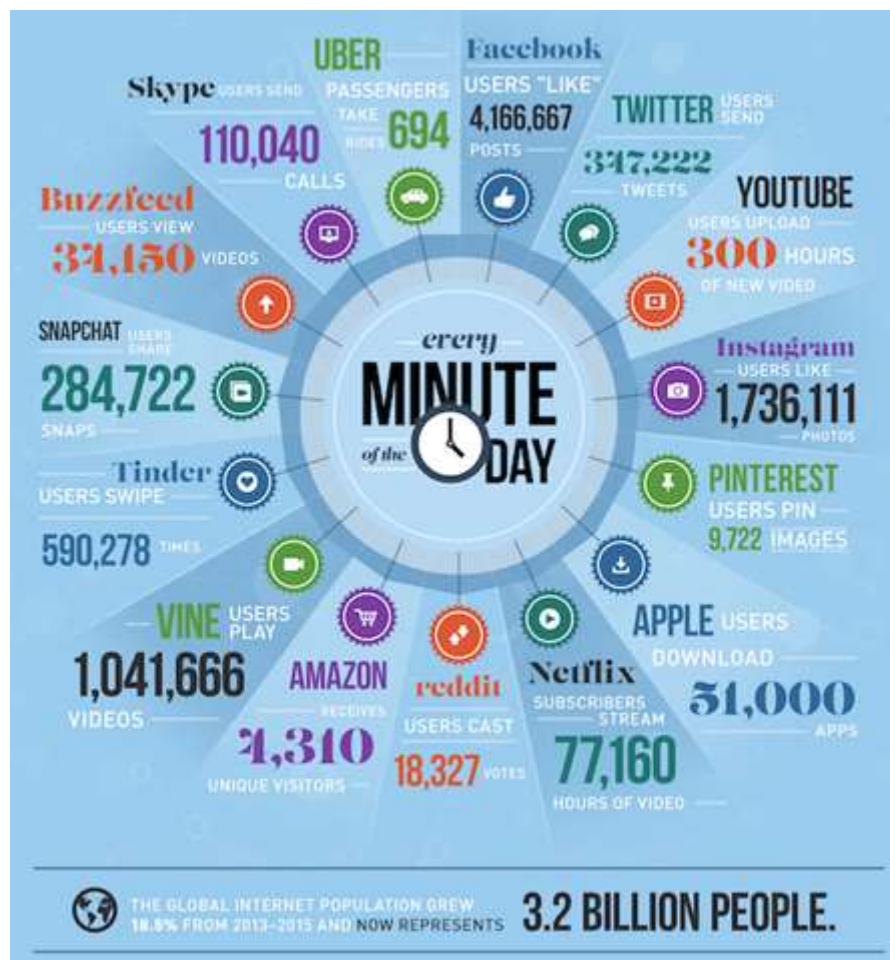
In 4 mesi, Google ha ricevuto in Europa 150 mila richieste in nome del diritto all'oblio con la conseguente eliminazione di circa 500 mila pagine web dal motore di ricerca.

Nel giorno in cui Google ha messo online il modulo per la richiesta di rimozione dei link le domande sono schizzate a 12 mila per continuare a crescere.

Il gruppo sostiene di aver levato dall'indicizzazione il 58,2% degli indirizzi segnalati (13 ottobre 2014)

LA RIVOLUZIONE DEI DATI

Cosa accade in un minuto nella Rete



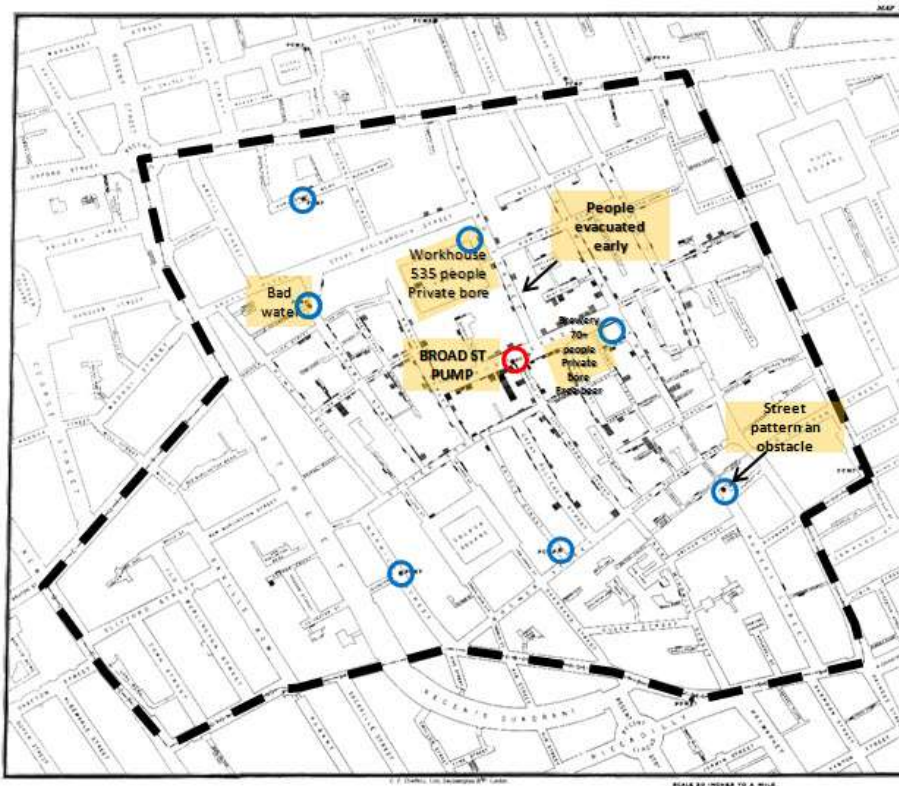
La rivoluzione dei dati



Anche grazie alla “moda” dei Big Data, i dati sono sempre più al centro dei processi decisionali perché permettono di:

- capire meglio quel che è successo in passato (evitando di ripetere gli errori commessi)
- comprendere le caratteristiche del contesto presente (e prendere decisioni “informate”)
- prevedere l’andamento futuro di eventi o fenomeni ancora in corso

Immagini che risolvono problemi: *Visual Explanation*

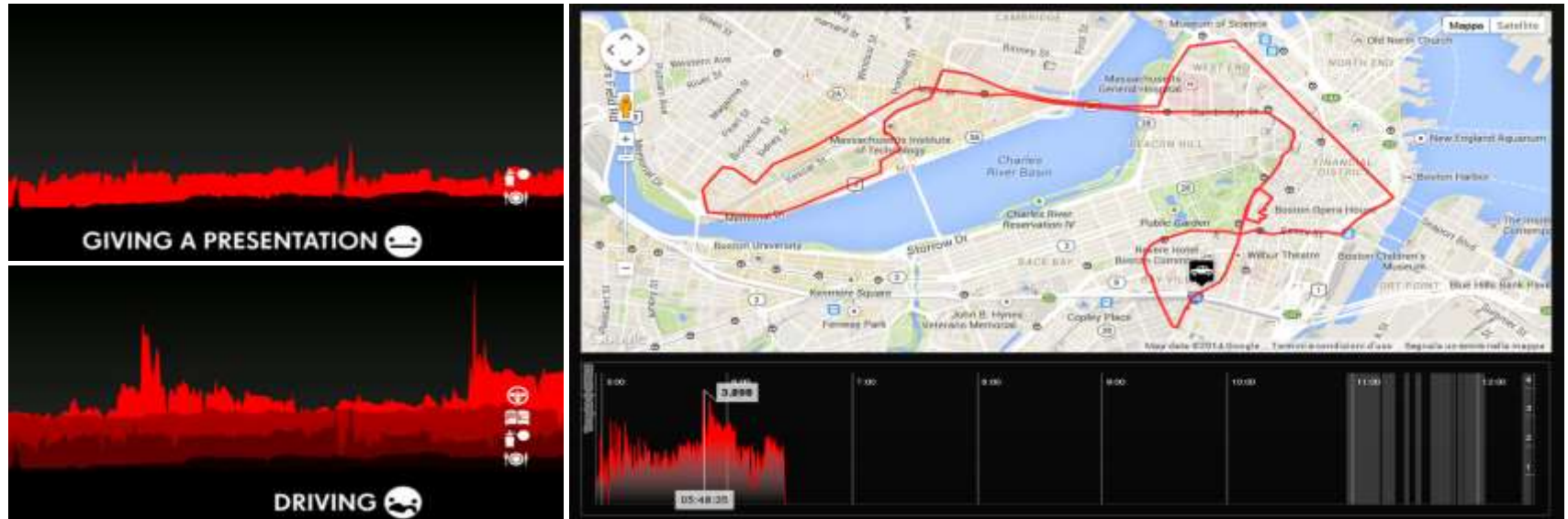


I pozzi sono cerchiati (con quello infetto di Broad street in rosso) e ogni morte è un «trattino»

John Snow – considerato il padre dell'epidemiologia – invece di rappresentare (come era usanza) la serie temporale dei decessi dell'epidemia di colera che colpì Londra nel 1854 – cosa che avrebbe semplicemente riportato le cattive notizie del giorno – **marcò sulla mappa della città i luoghi in cui avvenivano le morti di colera e l'ubicazione delle pompe d'acqua.** Questo grafico dava una testimonianza potente e diretta su una **possibile relazione di causa-effetto.**

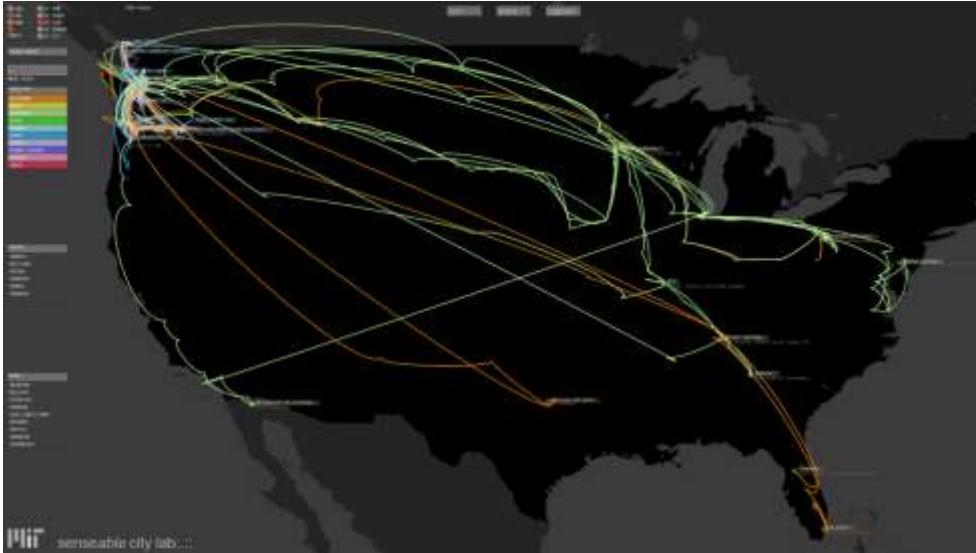
Questa scelta di rappresentazione era coerente con l'idea che il colera potesse trasmettersi tramite l'acqua impura. La scoperta del pozzo infetto avvalorò la nuova ipotesi e questa "dimostrazione grafica" cancellò la precedente teoria scientifica, che ipotizzava che la trasmissione avvenisse attraverso l'aria.

Fonti innovative dei dati: Road Frustration Index



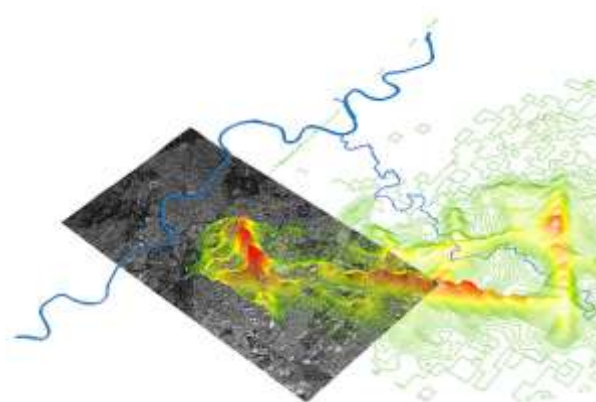
- Sperimentazione condotta nel 2013 da Audi, con il supporto del Senseable City Lab del MIT, per esplorare la dimensione emotiva della guida di veicoli in contesti urbani
- Il team del MIT ha utilizzato diversi tipi di sensori (sensori di conduttanza dell'epidermide, telecamere Microsoft Surface) per rilevare lo stress dei conducenti di autoveicoli, anche in relazione alla loro posizione geografica
- Il progetto dimostra il ruolo della sensoristica e delle reti distribuite di sensori nella rilevazione di una molteplicità di fenomeni urbani, collettivi ed individuali

Fonti innovative dei dati: Trashtrack



- Sperimentazione condotta nel 2009 dal Senseable City Lab del MIT, per aumentare la consapevolezza sugli sprechi connessi alla raccolta dei rifiuti
- Il team del MIT ha sparso per i cassonetti di Seattle alcuni rifiuti dotati di tracciatori GPS e connettività cellulare, registrandone il percorso effettuato nel tempo, e visualizzandolo all'interno di mappe
- Il progetto dimostra efficacemente le applicazioni potenziali dell'Internet of Things nella *removal chain* urbana, aprendo a scenari di *data analysis* di complessità crescente

Real Time Rome per la «notte bianca»



- Progetto realizzato nel 2006 dal Senseable City Lab del MIT e presentato alla Biennale di Venezia
- Real Time Rome è tra le prime ricerche focalizzate sulla rilevazione di fenomeni a partire dai segnali aggregati dei telefoni cellulari: nello specifico, il progetto intendeva rilevare, georeferenziare e visualizzare all'interno di mappe i flussi di persone che hanno attraversato la città nel corso della Notte Bianca del 2006
- Il rilevamento dei flussi in contesti urbani, in corrispondenza di eventi specifici, ma anche per gli spostamenti quotidiani, è un'attività potenzialmente molto utile per la corretta pianificazione ed infrastrutturazione degli spazi urbani

Formati innovativi: le infografiche

Un plan tejido en 41 días y ejecutado en 60 segundos

Un grupo de asaltantes robó 714 mil 500 dólares en efectivo la mañana del 8 de abril. La Policía sostiene que uno de los agentes de seguridad de la empresa atracada colaboró con los criminales.

La planificación

Los preparativos del asalto comenzaron la oficina central de febrero de 2015, 41 días antes del crimen.



Itinerario truncado

Los asaltantes siguen el camino a bordo de un automóvil durante una semana para identificar sus rutas. El objetivo final: plantear el asalto en un momento oportuno de la mañana y a las 10:00 a.m.



Poca resistencia al ataque

A pesar de que los guardias del edificio estaban protegidos con chalecos antibalas y armados con escopetas de gran calibre, no lograron detener a los asaltantes.

Armas de los asaltantes

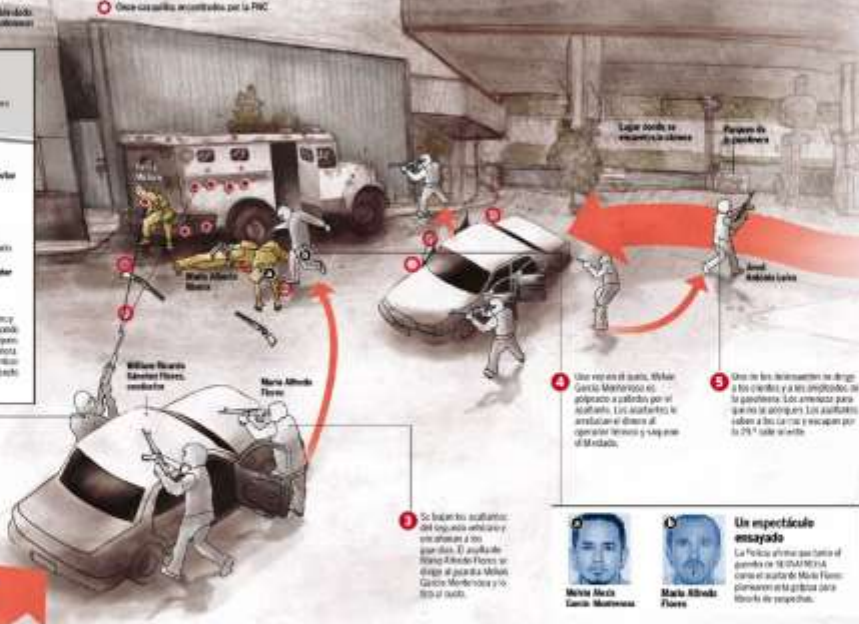


El atraco

Los asaltantes atacaron el edificio de la empresa a las 10:00 a.m. y se llevaron el dinero.



Seis asaltantes de todo el mundo y uno a un guardia. Ocho vehículos involucrados por la PNC.



Protección no usada

La PNC sugirió desde un principio de la posibilidad de los guardias de la empresa. Además, se informó a los guardias de la empresa de la posibilidad de un asalto.

Características
Tipo: Escopeta
Calibre: 12 mm
Peso: 10 kg
Alcance: 100 m

Usado en el asalto
La escopeta de 12 mm se usó en el asalto para atacar a los guardias y al conductor del vehículo.

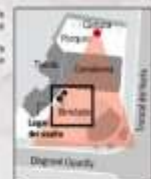


Pistas

La PNC ha encontrado varias pistas que implican a los asaltantes.

Cámaras

En video de la cámara de seguridad de la empresa se puede ver a los asaltantes entrando al edificio y se llevaron el dinero.



Consejos

Los asaltantes se reunieron en la oficina central de la empresa para planificar el asalto.

Dinero tomado

Los asaltantes se llevaron 714 mil 500 dólares en efectivo.

Operativo

Los asaltantes se reunieron en la oficina central de la empresa para planificar el asalto.



Los asaltantes se reunieron en la oficina central de la empresa para planificar el asalto.

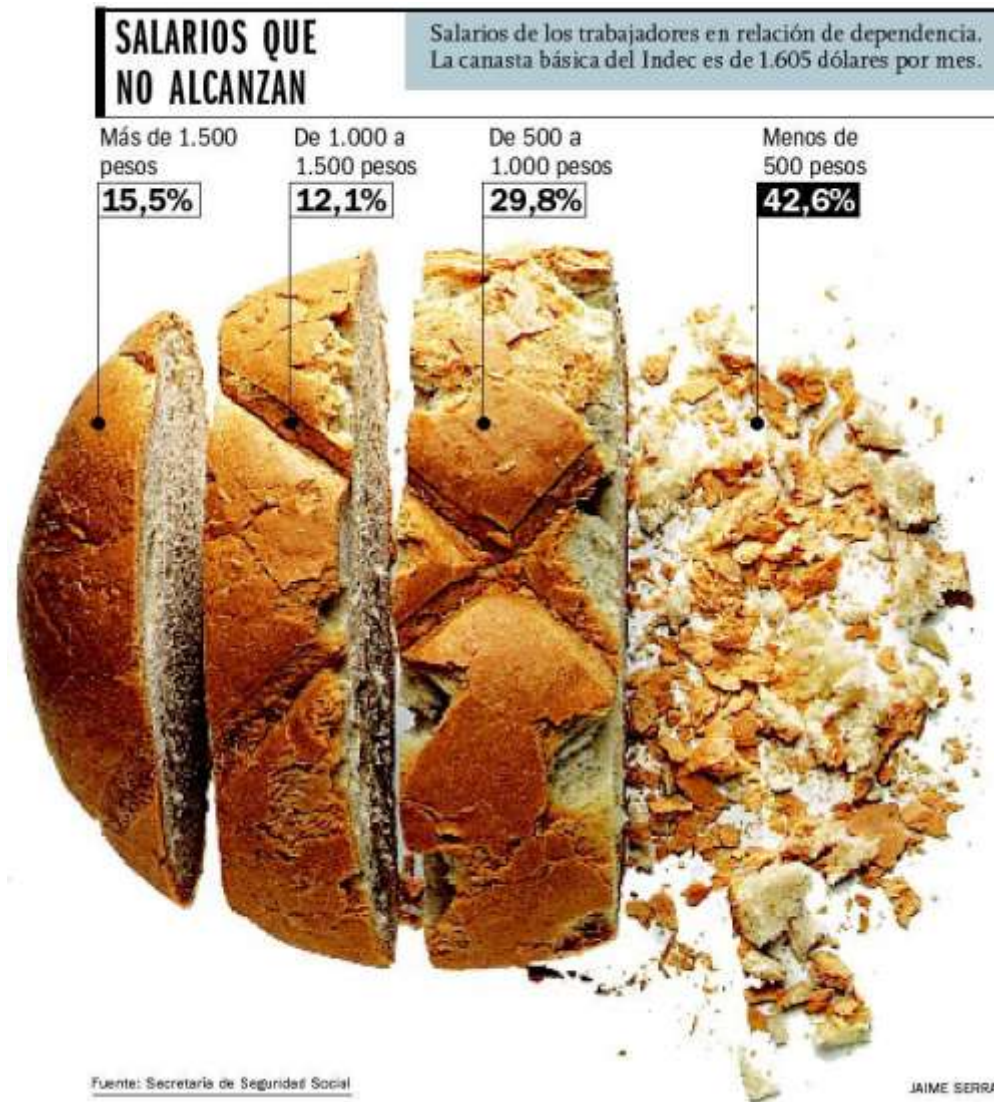
Capturados

Los asaltantes se reunieron en la oficina central de la empresa para planificar el asalto.



Fonte: Ángel García (Guatemala)

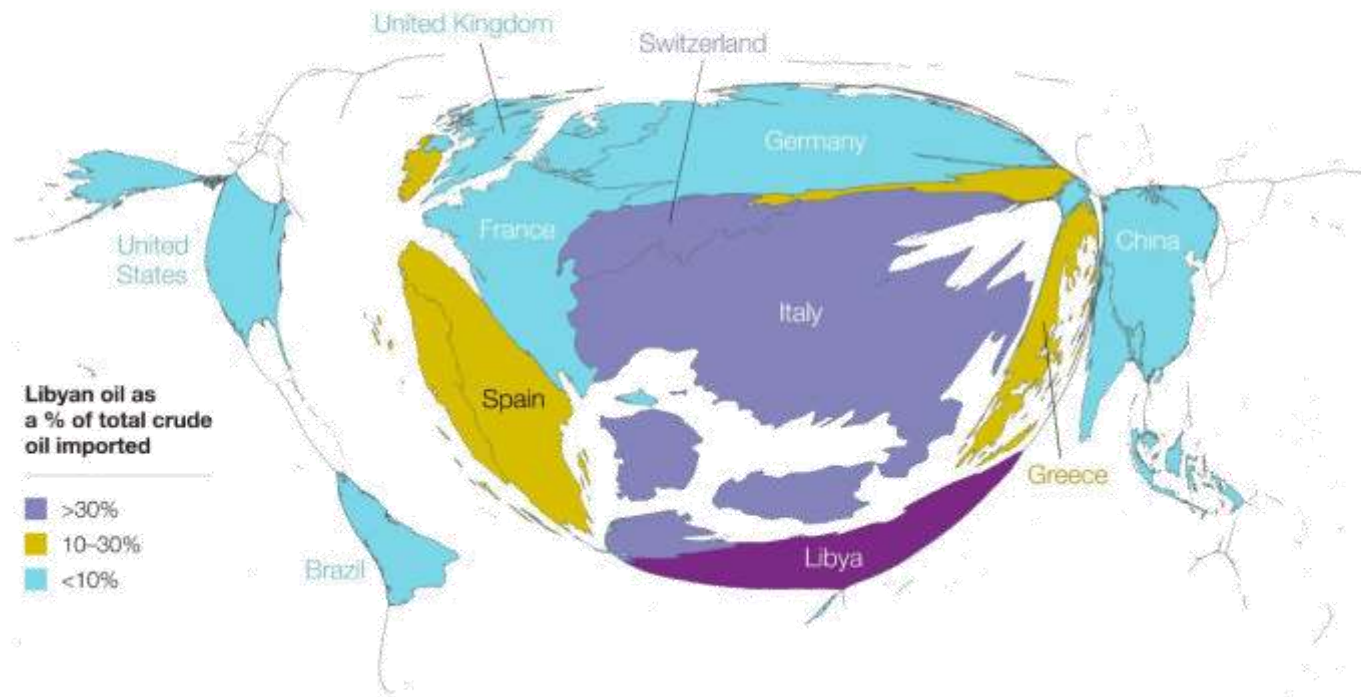
Formati innovativi: le infografiche



Formati innovativi: Le “Rooted Maps” Di Pankaj Ghemawat

Libya exports most of its oil to Europe.

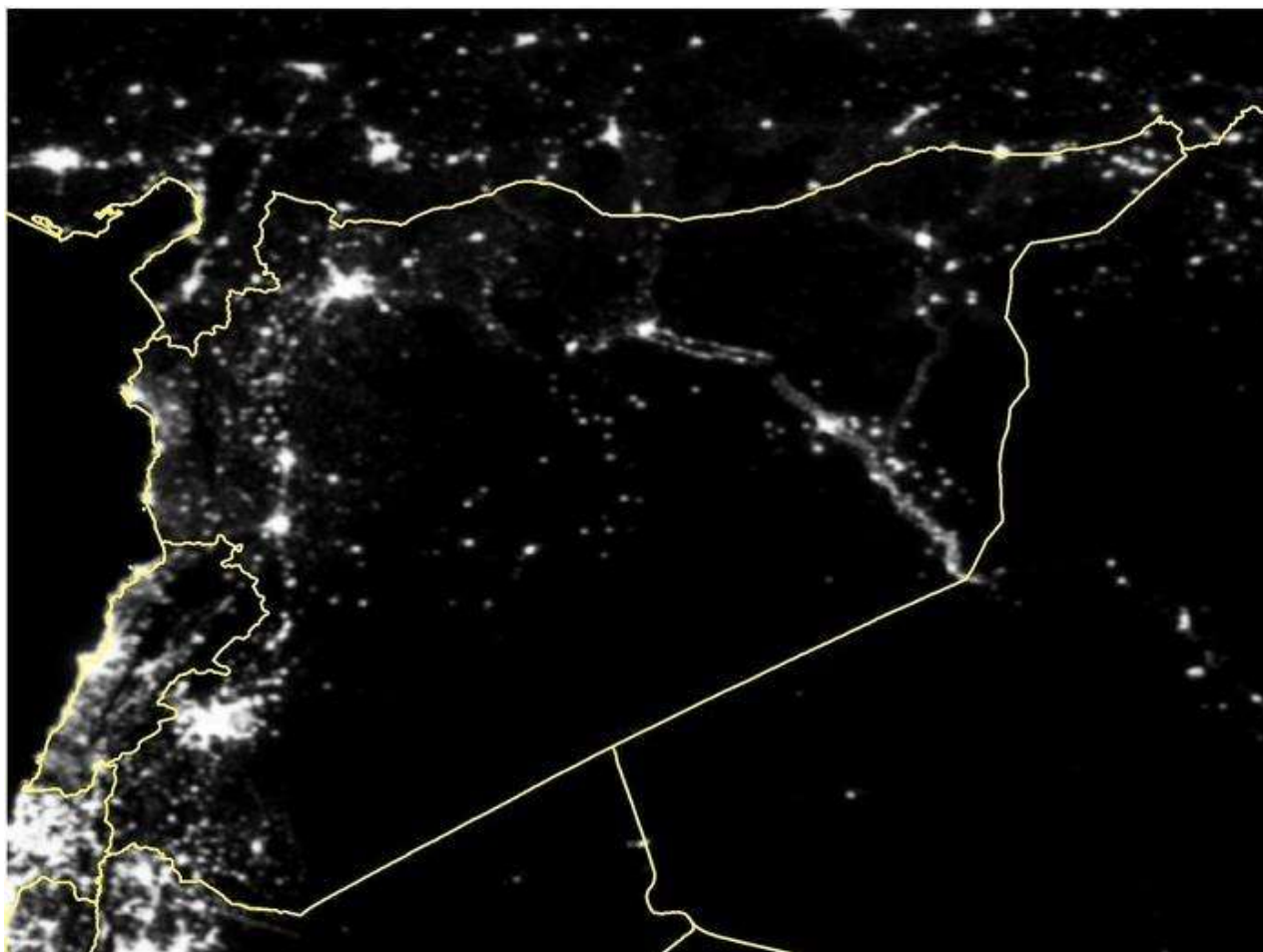
Countries sized by share of Libyan oil exports, 2007–09



Fonte: McKinsey Quarterly, agosto 2011

Dopo 4 anni di conflitto, in Siria si spengono le luci

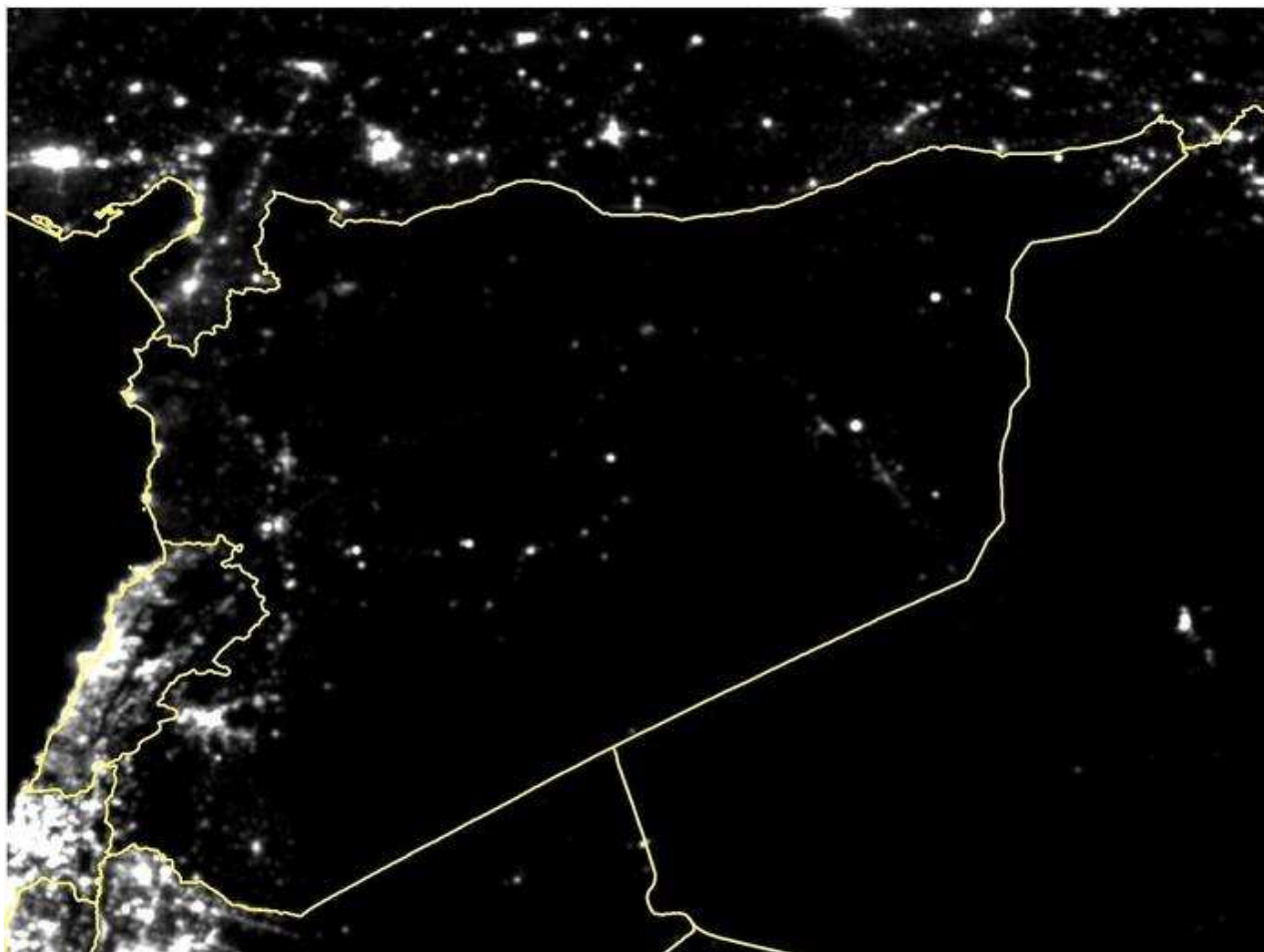
2011



Sono passati quattro anni dall'inizio del conflitto in Siria e l'83% di tutte le luci visibili di notte nel paese si è spento. Dall'esplosione della crisi duecentomila persone sono morte e 11 milioni hanno dovuto abbandonare le proprie case

Dopo 4 anni di conflitto, in Siria si spengono le luci

2015



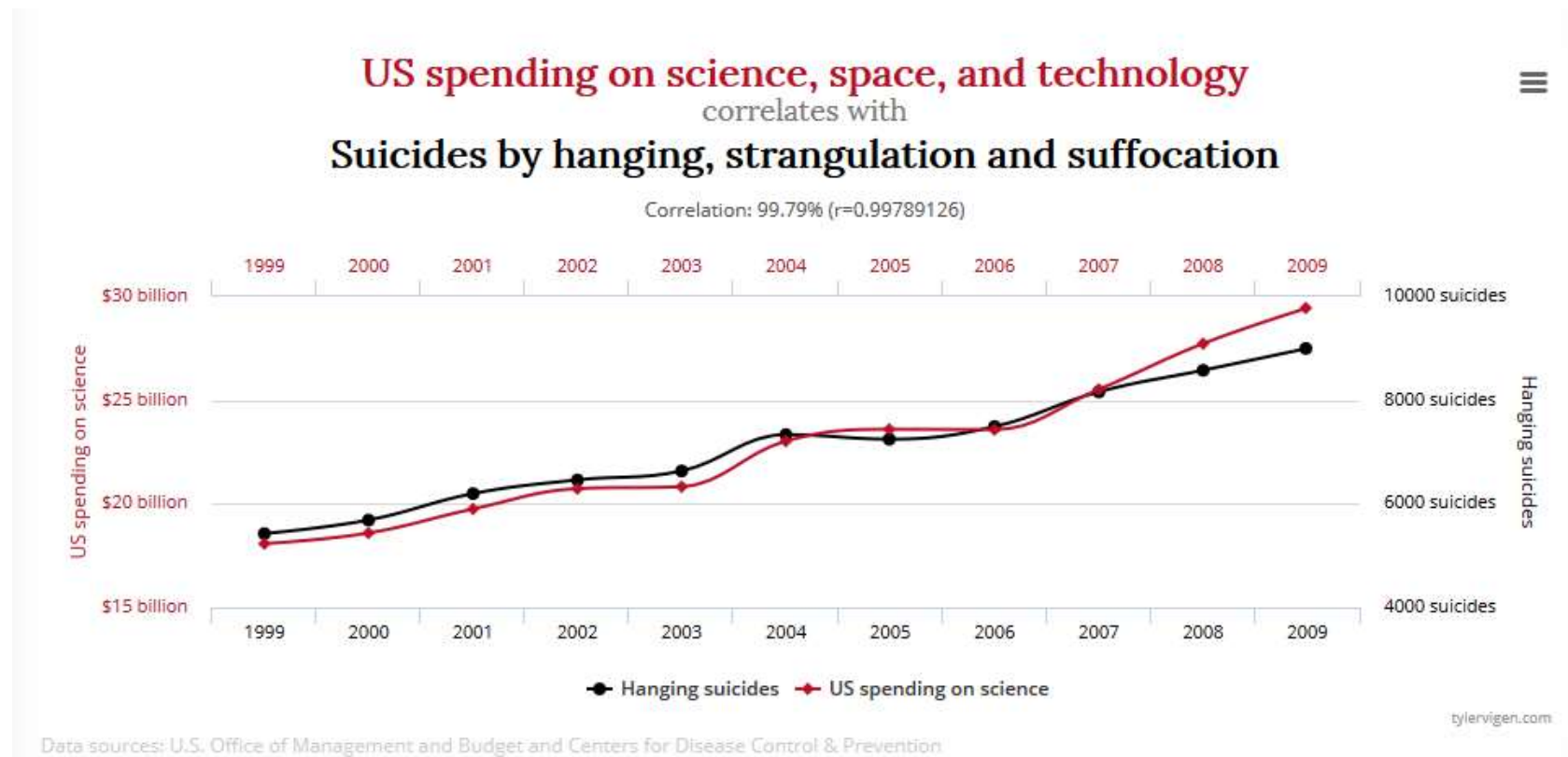
Sono passati quattro anni dall'inizio del conflitto in Siria e l'83% di tutte le luci visibili di notte nel paese si è spento. Dall'esplosione della crisi duecentomila persone sono morte e 11 milioni hanno dovuto abbandonare le proprie case

L'Illusione dei big data



Allarme lanciato da un nuovo studio pubblicato sulla rivista *Science* intitolato *The Parable of Google Flu: Traps in Big Data Analysis* che rileva **le trappole potenziali delle letture della realtà basate sull'analisi dei big data**: il *Google Flu Trend* ha sovrastimato la prevalenza dell'influenza nella stagione 2012-2013 di oltre il 50% (marzo 2014)

Il rischio delle «spurious correlations»



Fonte: tylervigen.com

DA DOVE PARTIRE PER RAFFORZARE IL CONSUMATORE ?

Che fare ?

Lo stesso digitale che ci aiuta, dunque, **presenta a sua volta crescenti e sempre più sofisticate dimensioni problematiche** (lati oscuri) – trappole, minacce, furti, virus, violazioni della privacy, violenza, ... – **diventando esso stesso un oggetto dal consumo problematico**. Infatti più la tecnologia è potente, più mostra dimensioni problematiche.

Un famoso detto hacker ci ricorda: «usa con padronanza le nuove tecnologie, altrimenti saranno loro a usare te»

Tre sono dunque i possibili antidoti:

- 1. Padroneggiare le tecnologie digitali**, non limitandosi ad una infarinatura o a un semplice addestramento (alfabetizzazione digitale) ma puntando a una vera e propria «cultura digitale», per arrivare a costruire quello che gli esperti chiamano «**Digital State of Mind**»

Andare oltre l'alfabetizzazione digitale

ALFABETIZZAZIONE DIGITALE

- *I trend tecnologici e le principali applicazioni*
- *I benefici della specifica applicazione digitale*
- *Addestramento al suo utilizzo*



EDUCAZIONE AL DIGITALE

- *I criteri "obiettivi" di scelta di un'applicazione*
- *La conoscenza delle precondizioni di utilizzo e dei potenziali effetti collaterali*
- *Gli elementi per costruire Business Case realistici*
- *I lati oscuri e gli aspetti più problematici*
- *Le implicazioni organizzative, psicologiche e linguistiche: cosa deve essere cambiato per usare al meglio le nuove soluzioni*
- *... e lo studio delle logiche algoritmiche e dei principi di funzionamento di hw e SW*

Che fare ?

Lo stesso digitale che ci aiuta, dunque, **presenta a sua volta crescenti e sempre più sofisticate dimensioni problematiche** (lati oscuri) – trappole, minacce, furti, virus, violazioni della privacy, violenza, ... – **diventando esso stesso un oggetto dal consumo problematico**. Infatti più la tecnologia è potente, più mostra dimensioni problematiche.

Un famoso detto hacker ci ricorda: «usa con padronanza le nuove tecnologie, altrimenti saranno loro a usare te»

Tre sono dunque i possibili antidoti:

- 1. Padroneggiare le tecnologie digitali**, non limitandosi ad una infarinatura o a un semplice addestramento (alfabetizzazione digitale) ma puntando a una vera e propria «cultura digitale», per arrivare a costruire quello che gli esperti chiamano «**Digital State of Mind**»
- 2. Comprendere con competenza le informazioni quantitative** (e soprattutto il concetto di **probabilità del rischio**) legate alla descrizione dei prodotti e servizi da acquistare (informazioni che normalmente danno obiettività e quindi credibilità a quei prodotti) senza però farsi ingannare

Creare una cultura del rischio

Un programma di **alfabetizzazione al rischio** deve affrontare innanzitutto tre argomenti caldi:

- *alfabetizzazione sanitaria;*
- *alfabetizzazione finanziaria;*
- *competenza digitale sul rischio.*
- ... e poi sviluppare tre capacità, necessarie per padroneggiare questi argomenti:
 - *pensiero statistico*: ha a che fare con l'alfabetizzazione alla quantità, con cose come capire le probabilità della pioggia;
 - *regole del pollice*: hanno a che fare con il prendere decisioni giuste in un mondo incerto (la cosiddetta euristica)
 - *psicologia del rischio*: ha a che fare con le forze emotive e sociali che guidano il nostro comportamento, individuale e di gruppo.

Fonte: Gerd Gigerenzer, *Imparare a rischiare. Come prendere decisioni giuste*

Alfabetizzarsi al(la misura del) rischio: ad esempio Imparare a comunicare (e a leggere) la probabilità

Quando nelle previsioni meteorologiche si annuncia una **probabilità del 30% che domani piova**, sapete che cosa significa? **30% di che cosa?**



1. Io abito a Berlino, e per la maggioranza dei berlinesi vuol dire che domani pioverà per il 30% del tempo, cioè per sette/otto ore;
2. secondo altri significa che pioverà sul 30% del territorio cioè più probabilmente no che sì a casa loro;
3. per la maggioranza dei newyorkesi tutte e due le cose sono insensate: secondo loro pioverà il 30% dei giorni per i quali si dà l'annuncio per cui la cosa più probabile è che domani non piova affatto;
4. in realtà i metereologi intendono qualcosa di diverso: pioverà nel 30% dei giorni per i quali si dà questo annuncio.

Fonte: Gerd Gigerenzer, Imparare a rischiare. Come prendere decisioni giuste

L'importanza dell'alfabetizzazione sanitaria

È dal 1960 che periodicamente le donne vengono messe in allarme dalla notizia che può dare la trombosi nelle gambe o nei polmoni. Nel caso più celebre di psicosi lo UK Committee on Safety of Medicines (Comitato britannico sulla sicurezza delle medicine) fece un comunicato in cui si avvertiva che i contraccettivi orali di terza generazione aumentavano del doppio, cioè del 100%, il rischio di trombosi. Come si può essere più sicuri di così? Il terrificante annuncio finì su 190.000 lettere intestate "Caro dottore" e indirizzate a medici di base, farmacisti e dirigenti del servizio sanitario nazionale, e fu anche passato ai media come notizia d'emergenza.

Ma quant'è grande un 100%? Gli studi su cui si basava la notizia avevano mostrato che ogni 7.000 donne che avevano preso la pillola precedente, quella di seconda generazione, circa una aveva avuto una trombosi e questo numero era salito a due fra quelle che usavano la pillola di terza generazione. In altre parole:

- l'aumento del **rischio assoluto** era uguale solo a **1 su settemila**
- l'aumento del **rischio relativo** (cioè in %) era effettivamente del **100%**

Come si vede, i rischi relativi possono apparire paurosamente alti e spaventare moltissimo, anche quando quelli assoluti non fanno nessuna paura.

Si stima che l'anno dopo questa ondata di panico abbia causato, da sola, 13.000 aborti in più in Inghilterra e in Galles; ma gli strascichi sono durati ben più di un anno.

Fonte: Gerd Gigerenzer, Imparare a rischiare. Come prendere decisioni giuste

Che fare ?

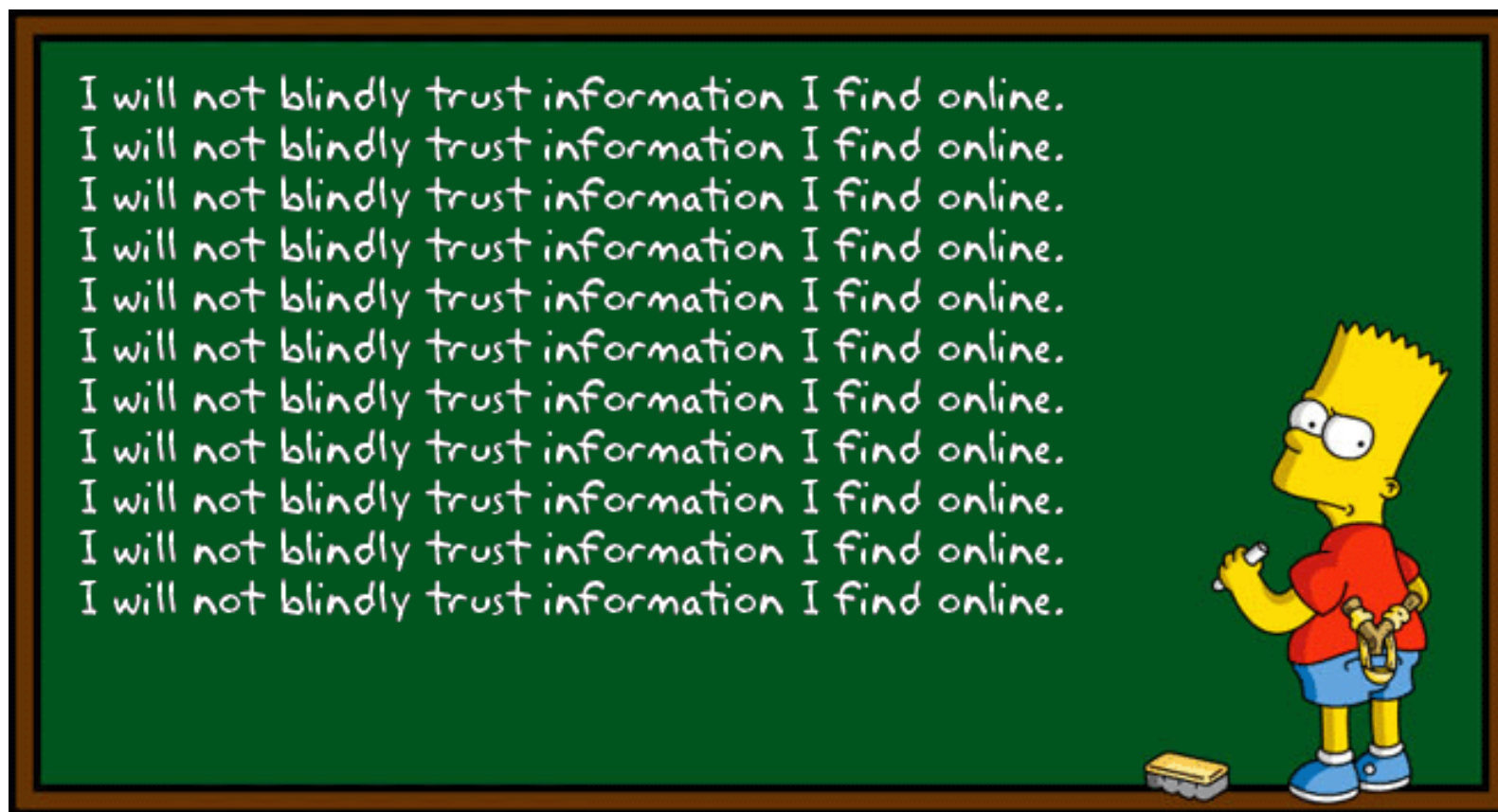
Lo stesso digitale che ci aiuta, dunque, **presenta a sua volta crescenti e sempre più sofisticate dimensioni problematiche** (lati oscuri) – trappole, minacce, furti, virus, violazioni della privacy, violenza, ... – **diventando esso stesso un oggetto dal consumo problematico**. Infatti più la tecnologia è potente, più mostra dimensioni problematiche.

Un famoso detto hacker ci ricorda: «usa con padronanza le nuove tecnologie, altrimenti saranno loro a usare te»

Tre sono dunque i possibili antidoti:

1. **Padroneggiare le tecnologie digitali**, non limitandosi ad una infarinatura o a un semplice addestramento (alfabetizzazione digitale) ma puntando a una vera e propria «cultura digitale», per arrivare a costruire quello che gli esperti chiamano «**Digital State of Mind**»
2. **Comprendere con competenza le informazioni quantitative** (e soprattutto il concetto di **probabilità del rischio**) legate alla descrizione dei prodotti e servizi da acquistare (informazioni che normalmente danno obiettività e quindi credibilità a quei prodotti) senza però farsi ingannare
3. **Esercitare in maniera sistematica e profonda il pensiero critico** (il «sano scetticismo»), non dando nulla per scontato e ignorando quella patina luccicante (da «paese dei balocchi») che i fornitori applicano al racconto digitale dei prodotti

Applicare in modo sistematico il pensiero critico



"Every man should have a built-in automatic crap detector operating inside him." (Ernest Hemingway, 1965)

Grazie dell'attenzione



Via Piè di Marmo, 12
00186 Roma

Tel. +39 06 6786747
Fax +39 06 62284353

info@kanso.it
www.kanso.it



andrea.granelli@kanso.it
www.agranelli.net/rassegna_AG.html