

I Tech Trend del 2018

Data Protection, Blockchain, Cybersecurity, Cloud e Storage,
Fintech e Criptovalute, 5G e Internet of Things, Tech Trend,
Intelligenza Artificiale e New Media

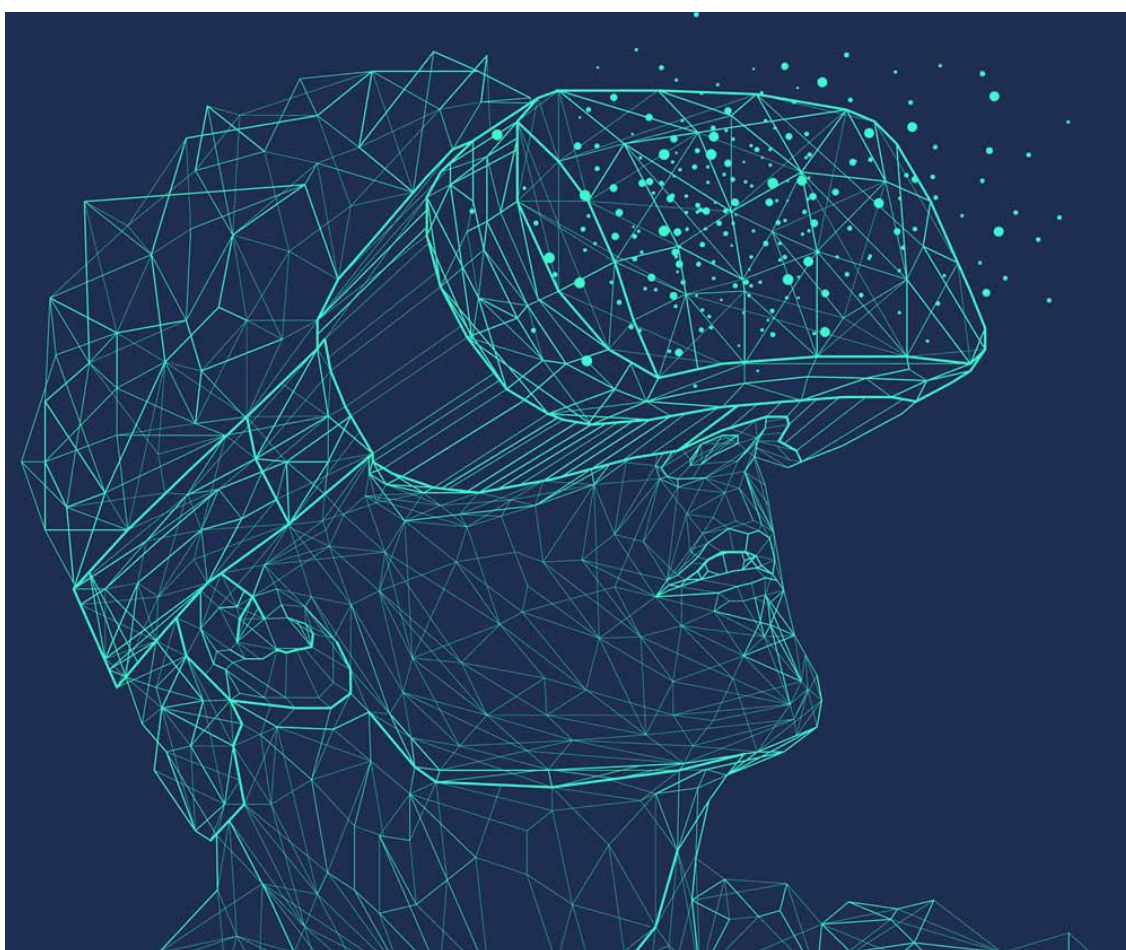


FOTO CREDITS SHUTTERSTOCK – © DIRITTI RISERVATI

PREFAZIONE

Quale idea di futuro ci accompagnerà nel 2018?

La domanda può apparire parziale o fuorviante, me ne rendo conto.

Il futuro ha sempre radici antiche e ciò che accade, rappresenta sempre la logica conseguenza di eventi precedentemente incubati. Ma ciò non deve indurci a considerare lo sviluppo tecnologico secondo un principio di linearità degli accadimenti. Anzi.

Lo sviluppo delle nostre società, come è noto in ogni angolo del mondo, è oggi permeata dall'incidenza straordinaria delle tecnologie, la cui caratteristica innovativa si fonda proprio sulla carica "*disruptive*", ovvero sulla prerogativa di creare condizioni inaspettate di sviluppo o, molto più frequentemente, di rottura delle circostanze preesistenti.

Eppure l'anno appena iniziato si presenta già ricco di novità. Ecco perché sorge spontanea la tradizionale domanda di inizio anno.

Quanto saremo capaci di adattarci alle novità che il 2018 porterà?

Come sarà il mondo alla fine di quest'anno?

È proprio qui che si gioca la nostra capacità di adattamento, la nostra propensione ad adattarci a situazioni che potranno essere a un tempo eccitanti o divertenti, aggressive o impoverenti.

All'epoca della nascita del Nuovo Mondo, 500 anni fa, l'idea del futuro era rappresentata da carte topografiche e mappamondi, oggi conosciamo il mondo (e ci preoccupiamo per le sue dinamiche sociali e politiche), ma sappiamo che il futuro è nelle nostre case e nelle nostre tasche.

La società connessa ci ha già integrati nel reticolo delle comunicazioni globali e l'idea del futuro che ci attende (e che noi costruiremo) si gioca proprio sulla qualità e le funzionalità di queste connessioni.

Il contesto internazionale

Non possiamo guardare alle innovazioni tecnologiche se non le contestualizziamo all'interno delle dinamiche geopolitiche che caratterizzano le relazioni tra Paesi e intere regioni del mondo.

La Cina sarà il protagonista indiscusso dell'anno. Questo spostamento di fuoco rispetto alla tradizionale egemonia americana comporta instabilità, alcune delle quali inaspettate.

Il 2018 sembra aprirsi con un'alta possibilità di incidenti internazionali, anche più rilevanti rispetto ai fatti dell'11 settembre 2001.

È partita la corsa al *cyberspace*, come quinto campo di battaglia militare (dopo terra, acqua, aria, spazio). Siamo col fiato sospeso per i fatti della Corea del Nord e avvertiamo la dispersione di combattenti dell'ISIS in Europa, America e Asia.

È partita una nuova Guerra Fredda tra i centri economici del potere per il controllo sulle nuove tecnologie dell'informazione.

USA e Cina competeranno senza sosta su Intelligenza Artificiale e Supercomputing.

I governi di aree e Paesi importanti come Africa, India, Brasile e la stessa Europa saranno incerti sui prodotti o gli standard da adottare per assicurare sviluppo nella sicurezza ai propri consumatori e alle proprie imprese.

Governi, partiti politici, istituzioni finanziarie e gli stessi media continueranno molto probabilmente a perdere la credibilità pubblica su cui poggia la legittimità del proprio ruolo.

Cresceranno le pressioni del cosiddetto Protezionismo 2.0, attraverso la creazione di barriere alla economia digitale, come strumento di difesa delle imprese nazionali.

Non si tratterà di una coda di luddismo ottocentesco, ma di reazione al potere smisurato di alcune Corporation dell'Innovazione (i cosiddetti giganti del web), il cui straordinario potere di condizionamento nei confronti delle scelte politiche dei Paesi sovrani (attraverso una insidiosa attività di lobby internazionale) rischia di minare la stessa legittimità dei governi e degli Stati sovrani.

Un nuovo anno all'insegna delle tecnologie

Quello che segue è un quadro, ricostruito dalla redazione di Key4biz, su un anno di sviluppo delle tecnologie che si stanno sviluppando sotto i nostri occhi.

Sono mutamenti veloci, ad alto tasso di innovazione, e spesso, a dispetto dei limitati investimenti iniziali richiesti, mostrano una capacità di incidenza straordinaria sulle nostre attività quotidiane.

Naturalmente molte delle cose che vi presentiamo in questo *ebook* dipenderanno molto dalla velocità di affermazione, una velocità che può essere rallentata o indirizzata verso percorsi alternativi in base alla incidenza dei fenomeni di cybersicurezza, delle decisioni delle autorità regolatorie e, in ultima analisi, dall'accettazione da parte dei consumatori o dalla loro capacità di adattamento al futuro.

In questa era di innovazioni senza fine, la sola previsione certa al 100% è che il futuro sarà molto diverso dall'oggi.

Senza mai dimenticare che, comunque, il futuro ha radici antiche e una memoria lunga.

Buona lettura.

Raffaele Barberio

Articoli a cura di: Paolo Anastasio, Piermario Boccellato, Flavio Fabbri e Luigi Garofalo.

Editing: Luca Fiorentino

FOTO CREDITS SHUTTERSTOCK – © DIRITTI RISERVATI

Edizione: Ebook.it / Key4biz - gennaio 2018

Ebook distribuito con [Licenza Creative Commons](#)

Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate

CC BY-NC-ND



INDICE

DATA PROTECTION

- [GDPR alle porte ma le aziende non sono preparate](#)
- [6 cose da fare in azienda per la privacy dei Big Data nel 2018](#)
- [GDPR, 7 cose che le aziende devono sapere](#)

BLOCKCHAIN

- [Perché la rivoluzione Blockchain accelererà nel 2018](#)
- [2018, un altro anno di crescita per la Blockchain](#)
- [Blockchain, le startup più calde da tenere d'occhio nel 2018](#)
- [5 trend di sviluppo della blockchain nel 2018](#)
- [Blockchain, previsioni per il 2018 \(sarà l'anno degli ecosistemi locali\)](#)

CYBERSECURITY

- [38 previsioni sulla Cybersecurity nel 2018](#)
- [2018, Cybersecurity e Data protection: investire denaro un must irrinunciabile](#)
- [Cybersecurity, 10 scenari per il 2018](#)

CLOUD e STORAGE

- [Cloud, 5 previsioni per il 2018](#)
- [2018, come il GDPR cambierà lo Storage](#)
- [Storage industry, le previsioni per il 2018](#)

FINTECH E CRIPTOVALUTE

- [FinTech, i 4 trend per il 2018](#)
- [Fintech, se Amazon e Facebook ti fanno da banca](#)
- [Bitcoin, le previsioni del 2018 dei guru della Finanza](#)

5G e INTERNET OF THINGS

- [Dal 5G alla realtà aumentata. Le 7 tecnologie da tenere d'occhio nel 2018](#)
- [5G e IoT nel 2018: il mobile broadband nel futuro dell'IoT](#)
- [Internet delle cose, il consolidamento parte degli standard](#)

TECH TREND

- [Innovazione tecnologia, le 10 tendenze confermate per il 2018 \(Infografica\)](#)
- [1 miliardo di utenti creeranno contenuti in realtà aumentata nel 2018](#)
- [Gli smartphone più attesi del 2018 \(di Giordano Rodda, SosTariffe.it\)](#)
- [CES 2018, i tech trend dalla fiera di Las Vegas](#)
- [Il futuro del marketing digitale, le previsioni per il 2018](#)

INTELLIGENZA ARTIFICIALE

- [Intelligenza artificiale, le tre applicazioni più gettonate del 2018](#)
- [Intelligenza artificiale, 8 mosse per trasformare le città USA entro il 2030](#)
- [Dove arriverà l'intelligenza artificiale nel 2018?](#)

NEW MEDIA

- [Social media nel 2018, i 6 must per le aziende](#)
- [Addressable Tv, nel 2018 come cambiano gli annunci pubblicitari sulla Tv digitale](#)
- [Fiction 2018, il calendario completo di Rai, Mediaset e Sky](#)
- [Media digitali, i 6 trend del 2018](#)
- [7 previsioni su Netflix per il 2018](#)
- [11 consigli per migliorare il Personal brand](#)

DATA PROTECTION

Le conseguenze pratiche dell'entrata in vigore il 25 maggio 2018 del nuovo Regolamento Ue sulla Data Protection (GDPR) per aziende private e organizzazioni. Un cambio strutturale del quadro internazionale della Privacy, che vede l'Europa all'avanguardia. Particolare attenzione ai risvolti della nuova normativa europea relativi alla conservazione dei dati in azienda e agli accorgimenti da mettere in atto per garantire la riservatezza dei dati personali, per non arrivare impreparati all'ora X che scatta fra cinque mesi.



FOTO CREDITS SHUTTERSTOCK – © DIRITTI RISERVATI

GDPR alle porte ma le aziende non sono preparate

Aziende americane ed europee in subbuglio per la prossima entrata in vigore del nuovo regolamento Ue per la data protection, operativo da maggio 2018.

Aziende americane ed europee in subbuglio per la prossima entrata in vigore del nuovo regolamento Ue per la data protection, operativo da maggio 2018. Previste multe draconiane per le imprese che non si adeguano, anche per quelle che non hanno sede nella Ue: sanzioni fino a 20 milioni di euro o pari al 4% del fatturato annuo globale.

Le aziende però non sono ancora pronte per le nuove regole, anzi. Secondo stime di **TrustArc** il 61% delle imprese non ha nemmeno iniziato ad adeguarsi al nuovo regolamento, anche se l'83% del campione dichiara che l'investimento per adeguarsi sarà a sei zeri. Un altro report condotto da **Veritas** mette in luce che il 54% degli intervistati non ha fatto ancora nulla per affrontare l'imminenza del GDPR e mancano soltanto cinque mesi.

Perché le aziende non si preparano

Conformarsi al GDPR potrebbe costare tranquillamente fino a 10 milioni di dollari per le grandi aziende, secondo stime di **McKinsey**. Un adeguamento che per le aziende implicherà modifiche e cambiamenti profondi nei processi di business e nelle modalità in cui i dati vengono usati. Negli Usa ci si interroga sulla severità di applicazione delle norme Ue.

Nessuno vuole adeguarsi prima del tempo. Prevale quindi un atteggiamento attendista.

Resta da capire, secondo diverse analisi made in Usa, chi sia il vero responsabile dell'applicazione del nuovo regolamento: sarà compito del CIO? Oppure del CISO? O del CFO? Oppure, se c'è in azienda, del Chief Privacy Officer?

Infine, il GDPR impone che le aziende sappiano esattamente dove sono immagazzinati tutti i loro dati, una vera sfida per la maggior parte delle imprese. Secondo dati recenti di **McAfee**, il 40% dei servizi cloud delle aziende sono stati acquisiti senza il contributo del dipartimento IT, che peraltro ha una vista parziale dei dati, con appena il 47% di visibilità sui cosiddetti servizi IT ombra, fra cui lo storage dei dati.

Cinque cose da fare per prepararsi al GDPR

1. Avviare un sistema di autenticazione delle email tramite Dmarc (Domain-based message authentication, reporting and conformance).
2. Fai un inventario dei servizi Cloud che stai usando.
3. Aggiorna le tue policy per la privacy.
4. Metti a punto un piano apposito in caso di Data breach.
5. Assicurati che il gruppo dirigente in azienda sia allineato.

6 cose da fare in azienda per la privacy dei Big Data nel 2018

Non è mai troppo presto per mettersi in regola con la stringente normativa del GDPR che entra in vigore a maggio 2018.

Non è mai troppo presto per mettersi in linea con le nuove norme sulla Data protection che entreranno in vigore a partire da maggio 2018 con la piena operatività del GDPR. I Big Data sono in cima alla lista delle preoccupazioni IT sul fronte privacy, perché gran parte di essi entra negli archivi aziendali da una miriade di fonti diverse. Dati di diverse dimensioni e forme depositati in archivio. Dati che vanno protetti. Ma quali sono le pratiche da adottare in azienda per garantire che i Big Data vengano trattati nella maniera più adeguata?

Controlla sempre la privacy dei dati dei fornitori di soluzioni cloud-based

Molti provider di sistemi cloud possono fornire livelli di privacy e security che rispondono ai tuoi desiderata per i Big data, ma tocca a te richiederli ed essere disposto a pagare per ottenerli. Non dare mai per scontato che il tuo fornitore cloud ti fornisca sempre la soluzione migliore. Il tuo staff dovrà quindi valutare se i livelli di sicurezza e privacy del tuo fornitore cloud sono all'altezza degli standard di governance interni in relazione al trattamento dei Big Data. Se il livello non è all'altezza delle attese, cambia fornitore. Chiedi inoltre al tuo auditor esterno per l'IT di valutare i livelli di sicurezza e privacy del tuo fornitore cloud. I livelli di data protection e security del tuo fornitore dovranno essere controllati almeno una volta all'anno.

Utilizza servizi cloud privati

La maggior parte dei fornitori di servizi cloud pubblici sono anche fornitori di cloud privati. Mettere i tuoi dati su cloud private costa di più che far parte di un gruppo di clienti su cloud pubblici, ma un cloud privato distingue meglio i dati della tua organizzazione da quelli altrui. Dal punto di vista del Cloud, questo è il modo migliore per mantenere i dati in sede.

Rendi i dati anonimi

Con l'anonimizzazione dei dati potrai proteggere la privacy dei tuoi clienti e nel contempo continuare ad analizzare i trend più delicati che riguardano i dati aziendali. Un modo per anonimizzare i dati si può fare criptando gli elementi che consentono di identificare personalmente qualcuno. Un altro modo è quello di identificare i dati individuali per singola categoria (ad esempio lo stipendio) e poi creare una media composta da inserire in un'analisi dati più ampia. Un altro metodo è il mascheramento dei dati o la loro redazione.

Fate un censimento di tutti i Big Data in azienda e analizzateli col filtro privacy

Le organizzazioni distribuiscono i big data in diversi dipartimenti, business unit e uffici interni. Per questo c'è sempre il rischio che i big data conservati in un dipartimento vengano scambiati o trasmessi ad altre unit aziendali. Ogni passaggio di dati da un dipartimento all'altro è un rischio per i livelli di privacy. Il dipartimento responsabile per la governance e l'amministrazione dei big data dovrà identificare e controllare scrupolosamente i vari passaggi interni. Questi scambi di big data dovranno inoltre essere regolarmente analizzati da auditor IT esterni all'azienda. Se diverse business unit e diversi dipartimenti aziendali che non siano quello IT utilizzano dei servizi cloud-

based, sarà necessario verificare la compliance con gli standard aziendali sulla privacy dei vendor dei sistemi tecnologici.

Fai attenzione al GDPR

Se sei un'azienda americana che non opera a livello internazionale, per il momento potrai fare a meno di preoccuparti per l'entrata in vigore nella Ue del GDPR. Ma se operi in Europa, o se lo farai in futuro, tener conto del GDPR conta eccome. Tanto più che il GDPR è la bussola della Data protection del futuro. Se ti metti in regola con il GDPR oggi, sarai in regola anche un domani.

Organizza dei social engineering audits

La compromissione o il sabotaggio di dati aziendali da parte dei dipendenti succede, così come si verificano condivisioni involontarie o volute di dati fra colleghi e anche con persone estranee all'azienda. Tutte ragioni per predisporre dei social engineering audits di pari passo con il controllo annuo della dotazione IT dell'impresa. Un audit di social engineering controlla attacchi hacker, phishing, minacce fisiche e virtuali per l'azienda e ogni sorta di inganno fisico o virtuale da parte degli impiegati interni. Si possono così portare alla luce aree particolari di rischio e vulnerabilità dei dati aziendali, e individuare inoltre il tipo di corsi e aggiornamenti informatici utili allo staff.

GDPR, 7 cose che le aziende devono sapere

Sette cose che le aziende devono sapere sul nuovo regolamento europeo sulla Data Protection.

1. Il GDPR riguarda tutte le aziende

Il GDPR riguarderà tutte le imprese a livello globale che processano i dati dei cittadini della Ue. Per la prima volta, la Commissione Europea esporta in tutto il mondo dei principi europei sulla data protection. Ciò significa che tutte le informazioni che riguardano i cittadini dell'Unione Europea dovranno rispettare le richieste del GDPR, rendendo così il regolamento Ue la prima legge globale sulla data protection.

2. Il GDPR amplia la definizione di dato personale

Il regolamento allarga la portata della definizione di dato personale. Il GDPR considera dati personali tutti i dati che possono servire ad identificare un individuo compresi, per la prima volta, i dati genetici, mentali, culturali ed economici o sociali.

3. Il GDPR rafforza le norme per ottenere un consenso valido all'uso di informazioni personali

La prova del consenso valido all'utilizzo dei dati personali sarà una delle sfide maggiori presenti nel GDPR. Aziende e organizzazioni dovranno assicurare un linguaggio semplice quando domandano il consenso alla raccolta di dati personali. Dovranno essere chiare sulle finalità dell'uso dei dati personali, e dovranno accettare il fatto che silenzio e inazione non rappresentano più un consenso. Senza la prova di consensi chiari le autorità potranno chiudere le attività di elaborazione dei dati personali.

4. Il GDPR rende obbligatoria la nomina del DPO nella PA e nelle imprese

Il GDPR impone la nomina del DPO (Data protection officer) nella PA e per tutte le organizzazioni che trattano dati personali come attività principale o che richiedono il monitoraggio di grandi quantità di dati o che processano dati su larga scala che riguardano determinate categorie di persone. Secondo stime dell'IAPP (International Association of Privacy Professionals) saranno almeno 28mila i DPO che verranno assunti entro l'entrata in vigore del nuovo regolamento in Europa. In Germania la nomina di un DPO è obbligatoria per le aziende con più di 10 dipendenti, ma questa figura professionale prenderà piede anche nelle imprese con meno dipendenti che processano grandi quantitativi di dati.

5. Il GDPR introduce l'obbligo del Privacy impact assessment

L'obbligo del Privacy impact assessment nel GDPR dipende in larga misura, secondo gli analisti, dall'influsso del Garante britannico. Di fatto, il GDPR richiede ai controllori della privacy in azienda di condurre valutazioni di impatto per tutte le attività a rischio di attacchi e falle per minimizzare appunto il rischio di perdite o furti di dati. La compliance dovrà essere garantita dal DPO in riferimento a tutti i progetti che coinvolgono l'utilizzo di dati personali.

6. Il GDPR introduce termini comuni per la notifica dei data breach

Il Gdpr armonizza le diverse leggi europee sulle notifiche in materia di Data breach.

La regolazione richiede che le organizzazioni devono notificare alle autorità locali i data breach entro 72 ore dalla scoperta della falla. Ciò implica che aziende e organizzazioni abbiano a disposizione tecnologie per scoprire e rispondere ai dati breach in tempi stretti.

7. Il GDPR introduce il diritto all'oblio

Il GDPR introduce regole stringenti sul diritto all'oblio. Il principio di base riguarda la minimizzazione dei dati conservati dalle organizzazioni, l'obbligo di non cambiare in corso d'opera lo scopo per il quale i dati sono stati raccolti.

Ciò implica che per ogni utilizzo dei dati diverso dall'originale sarà necessario ottenere un nuovo consenso dei soggetti coinvolti. Le aziende dovranno quindi disporre di tecnologie per cancellare in tempo reale dati su richiesta dei soggetti.

BLOCKCHAIN

Blockchain è il tema più trendy del nuovo anno. La tecnologia che promette di rivoluzionare il panorama IT con la sua struttura decentralata, fatta di transazioni immutabili e trasparenti, entra nel vivo delle applicazioni reali che spaziano dal settore Finance a quello delle assicurazioni, passando per le app per la Pubblica Amministrazione e le organizzazioni governative con un occhio di riguardo alla gestione delle identità digitali e dell'eVoting.



FOTO CREDITS SHUTTERSTOCK – © DIRITTI RISERVATI

Perché la rivoluzione Blockchain accelererà nel 2018

La domanda di un sistema affidabile in grado di gestire i nostri dati in maniera affidabile e trasparente sta aumentando di pari passo con i volumi crescenti di dati prodotti dalle nostre economie.

L'impatto della blockchain sulla nostra società è destinato a crescere in maniera esponenziale nel 2018, perché la domanda di un sistema affidabile in grado di gestire i nostri dati in maniera affidabile e trasparente sta aumentando di pari passo con i volumi crescenti di dati prodotti dalle nostre economie sempre più globali e digitalizzate.

La blockchain non sarà quindi una meteora digitale, ma rappresenterà un cambiamento di prospettiva fondamentale, con il passaggio a reti proprietarie e centralizzate a infrastrutture decentralizzate in grado di registrare i nostri dati in maniera indelebile, trasparente e decentralizzata.

Ma cos'è la blockchain?

La blockchain è in parole povere *“un libro mastro digitale incorruttibile di transazioni economiche che può essere programmato per registrare non soltanto transazioni finanziarie ma virtualmente tutto ciò che ha un valore”*, secondo la definizione che ne danno **Don & Alex Tapscott**, autori del libro *“Bitcoin Revolution”* del 2016.

Astraendo dalla semplice nozione, i vantaggi di un libro mastro pubblico digitale applicabile ad un'infinità di settori che vanno dalla gestione delle identità, alla registrazione di ogni tipo di transazione alla creazione di rapporti confidenziali pubblici è un vantaggio potenziale incalcolabile per l'economia globale, per la finanza, le dogane, i governi, che saranno presto in grado di gestire in maniera immodificabile e trasparente masse di dati enormi.

Smart contracts

Un primo campo di applicazione della blockchain sono i contratti intelligenti (**smart contracts**), per i quali la blockchain fungerà da manager intelligente degli accordi sottoscritti nella modalità di gestire l'accesso, erogare fondi, immagazzinare informazioni su un libro mastro pubblico.

Un sistema che consentirà di eliminare ogni forma di intermediazione e inefficienza nella gestione documentale, azzerando la possibilità dell'errore umano.

Criptovalute

Le **criptovalute**, in particolare il **bitcoin**, sono forse l'applicazione più comunemente utilizzata tramite blockchain. I bitcoin di fatto sono asset digitali criptati in maniera sicura in digitale, resistenti alle frodi e agli attacchi hacker, che possono essere trasferiti a livello internazionale via Internet. La caratteristica principale delle criptovalute è che non sono emesse né gestite da banche o autorità di controllo centrali, e sono quindi immuni da valutazioni, corruzioni o manipolazioni. Possono essere scambiate a livello internazionale senza commissioni o ritardi. Sono di fatto la moneta virtuale realizzata per l'era digitale.

Fintech

Le criptovalute si stanno rapidamente affermando nel settore del **Fintech**, il bitcoin ha raggiunto valutazioni altissime fino a 18mila dollari prima di subire un vistoso e altrettanto rapido calo a fine 2017, ma per il momento i consumatori non sono ancora avvezzi al loro utilizzo. Semplicemente, non esiste ancora un'infrastruttura in grado di sostenere l'uso di massa dei bitcoin, che peraltro devono affrontare le resistenze e l'ostilità degli *"incumbent"* del sistema economico e finanziario, delle autorità di regolazione spaventate dalle potenzialità dirompendi di questo nuovo tipo di moneta fuori dagli schemi.

SparkleCOIN

Ci sono però già diverse startup che si occupano di blockchain e criptovalute, una di queste p ad esempio **SparkleCOIN**, impegnata a portare i benefici della blockchain e delle criptovalute nel mercato di massa. SparkleCOIN, ad esempio, ha creato una speciale "ecosfera", una serie di imprese e piattaforme che sostengono il passaggio ad un'economia aperta basata appunto sulle criptovalute.

Tanto più che con il passare del tempo i consumatori diverranno sempre più avvezzi alle nuove monete digitali, con transazioni gestite da sistemi decentralizzati (blockchain) e sempre più capiranno i vantaggi di lasciare sistemi attuali basati sui controlli della autorità centrali.

La prossima generazione di startup sarà sempre più orientata verso l'innovazione insita nella blockchain e lo stesso vale per gli investitori.

Ci vorrà qualche tempo, gli incumbent tenteranno di mantenere lo status quo il più a lungo possibile, anche se avranno bisogno di adeguare e organizzare le informazioni globali in maniera conveniente rispetto agli enormi carichi di dati prodotti.

2018, un altro anno di crescita per la Blockchain

Il 2017 è stato un anno di crescita per la blockchain, anche se per alcuni analisti in un modo diverso dal previsto.

Il 2017 è stato un anno di crescita per la blockchain, anche se per alcuni analisti in un modo diverso dal previsto. All'inizio dello scorso anno erano in molti a scommettere sul passaggio immediato dalla fase sperimentale all'operatività di molte nuove applicazioni, e per alcuni il risultato finale è stato un po' deludente, anche se ci sono state eccezioni concrete e casi eclatanti di successo.

Uno di questi è stato certamente **Ripple**, la criptovaluta che ha surclassato per rialzi il bitcoin, la cui piattaforma conta ormai su più di cento membri e volumi di transazioni per miliardi. Un altro caso di successo è stato il consorzio **Digital Trade Chain** nel settore del trading finanziario, e l'insospettabile crescita della capitalizzazione delle criptovalute e il connesso fenomeno degli ICO (Initial coin offering) boom.

Ma in generale, per il 2018 ci sono alcuni trend che contribuiranno al consolidamento della blockchain come fenomeno sempre più diffuso.

- Le soluzioni blockchain continueranno a entrare in produzione di pari passo con il lancio dei primi servizi più abordabili.
- Le criptovalute continueranno a crescere.
- Le aziende si concentreranno sempre più sul cambiamento dei business model e sul loro adeguamento alla blockchain.
- Nasceranno nuovi ecosistemi basati sugli smart contract come piattaforme di integrazione con le industry in essere.
- Il fenomeno delle ICO (Initial coin offering) sarà sempre più materia di professionisti e sfocerà in un nuovo modello di IPO 2.0.
- Scalabilità e performance della blockchain diverranno sempre più fattori critici, con l'emergere di nuovi e innovativi approcci.
- Le persone riconosceranno sempre più che gli ecosistemi delle blockchain locali diverranno un fattore di successo.

Le applicazioni alla portata

Nuove applicazioni, quelle più immediate e alla portata, riguardano il mercato Fintech, dove i casi d'uso più promettenti riguardano i pagamenti tramite blockchain (si calcolano risparmi complessivi potenziali per 50-60 miliardi di dollari) e la finanza (risparmi potenziali per 15 miliardi).

Mercati promettenti

Se il 2017 è stato l'anno del matrimonio fra pagamenti e blockchain, il 2018 potrebbe essere quello del connubio fra blockchain e trading finanziario. Nel segmento dei pagamenti il mercato della blockchain continuerà ad espandersi grazie ai volumi garantiti dalle grandi banche, comprese le filiali, che cominceranno ad adeguarsi quest'anno in considerazione dei vantaggi legati alla nuova tecnologia in termini di trattamento dati in real time, profili di rischio più bassi, costi più contenuti e trasparenza.

La blockchain fungerà al contempo da bastone e carota per spingere al cambiamento rispetto allo status quo di molte industry. Ad esempio, si può presumere che la blockchain abbia contribuito, quanto meno in modo indiretto, alla rinnovata trasparenza delle banche centrali europei nel loro complesso.

Criptovalute

L'incremento di capitalizzazione delle criptovalute nel 2017 è stato spettacolare, passando dai 16 miliardi di dollari di capitalizzazione nel 2016 ai 450 miliardi di dicembre 2017. L'emergere di nuovi strumenti finanziari ad hoc come i futures sui bitcoin, i crypto hedge funds e simili, contribuiranno a mantenere alta la domanda di criptovalute e token.

Nuovi modelli di business

In un mondo dove il ruolo degli intermediari diventa sempre più obsoleto, le aziende dovranno imparare a smettere di pensare per compartimenti stagni e silos e ad essere invece più aperte all'idea di diventare partner all'interno di nuovi ecosistemi o nuove piattaforme più ampie. Ciò implica prendere decisioni sui nuovi business model da adottare in ottica di piattaforma, prodotto o di strategie multicanale.

Un discorso ampio, che riguarderà i prodotti esistenti e i nuovi servizi che nasceranno sulle ali della blockchain, in particolare quelli che combinano la nuova tecnologia con l'Intelligenza Artificiale e l'IoT per la creazione di nuovi tipi di marketplace che sostituiscono i tradizionali silos a vantaggio di strutture più ampie ed orizzontali.

Alcuni casi concreti in questa direzione si sono realizzati nel 2017, ad esempio con l'accordo fra **Deon Digital** e **Mercedes Benz** per lo sviluppo di un nuovo sistema operativo che contribuirà ad abbattere i silos nel mercato della mobilità.

Un altro esempio è dato da **Skycell**, grazie al connubio fra IoT e blockchain per l'apertura della filiera farmaceutica ai pagamenti, alla fatturazione e all'assicurazione digitale.

TEND invece sta ripensando la sua gestione degli investimenti puntando sulla Sharing Economy 2.0 per asset di alto valore.

La metamorfosi delle Initial coin offering (ICO)

Le startup hanno raccolto ben 3,5 miliardi da offerte pubbliche di criptovalute nel 2017, un segno ben chiaro che l'anno appena concluso è stato all'insegna del lancio di nuovi token. Un fenomeno che peraltro segna inoltre una sorta di democratizzazione del venture capital. E' presumibile che nei prossimi 12-18 mesi persone che hanno esperienza di Ipo abbraccino il trend della tokenizzazione degli investimenti.

Scalabilità e ecosistemi

Uno dei fattori chiave della blockchain oggi come oggi è la sua scalabilità e la performance. Nel 2018 è altamente probabile che la blockchain diventerà sempre più scalabile, attrattiva dal punto di vista finanziario, replicabile che i consumi energetici diminuiscano.

In questo senso, spicca **IOTA** un token crittografico di nuova generazione, creato per essere utilizzato nell'Internet of Things, contrariamente alle altre criptovalute che sono nate per scopi diversi e che sono basate su Blockchain complesse.

Ecosistemi di blockchain localizzati per aree geografiche diverranno sempre più ricercati. Un esempio del genere si vede in Svizzera, dove la **"Crypto Valley"** è ormai una realtà consolidata.

Blockchain, le startup più calde da tenere d'occhio nel 2018

Le startup pioniere più promettenti che si occupano dello sviluppo e della diffusione della tecnologia blockchain.

Oggi come oggi, al primo gennaio 2018, la capitalizzazione di mercato delle criptovalute è pari a 615 miliardi di dollari. La blockchain è la tecnologia alla base delle criptovalute e le grandi organizzazioni e i governi stanno comprendendo i casi d'uso operativi della blockchain. IBM, Walmart, Microsoft, Overstock.com sono solo alcuni dei grandi nomi che hanno investito nella nuova tecnologia che peraltro attrae l'interesse non solo dei grandi. La blockchain è oggetto di studio per una miriade di startup, che stanno mettendo a punto sistemi per risolvere sfide organizzative e di business. Di seguito alcune fra le startup più promettenti da tenere d'occhio nel 2018.

Ripple

La startup di San Francisco offre un sistema di pagamento real time che consente a banche e istituti finanziari a livello globale di concludere transazioni fra loro senza bisogno di un corrispondente centrale. Ripple è anche un sistema di liquidazione all'ingrosso di pagamenti in real time, scambio di valute e rimesse di pagamento.

La startup è stata fondata nel 2012 da Arthur Britto e Chris Larsen. La Ripple coin al momento vale 2,25 dollari e ha una capitalizzazione di mercato di 8 miliardi di dollari secondo stime di **Coinbase**.

Blockchain.com

Blockchain è una startup con sede a Londra che fornisce una piattaforma bitcoin web-based che semplifica l'utilizzo dei bitcoin in termini di sicurezza e facilità d'uso. La piattaforma è destinata a consumatori finali e aziende a livello globale. La mission dell'azienda è reinventare il modo in cui si effettuano le transazioni mondiali. Fondata il 28 agosto 2011 a Londra, Blockchain è il fornitore del wallet per Bitcoin più popolare a livello globale, delle API blockchain più usate e dell'explorer di blocchi più sfruttato, del motore di ricerca più completo tanto da essere considerato il brand più affidabile in Bitcoin. Blockchain ha raccolto finanziamenti per 30 milioni di euro nell'ottobre 2014 da parte di Lightspeed Venture Partners e Wicklow Capitale. Ha registrato un'espansione clamorosa del 2100% in un anno e mezzo dovuta all'esplosione della piattaforma Blockchain passata da 100mila utenti a più di 3 milioni di iscritti. La startup ha raccolto complessivamente fondi per 70 milioni.

Power Ledger

Power Ledger ha sviluppato una serie di applicazioni blockchain nel mercato dell'energia, come ad esempio la sua app P2P di trading per l'energia solare. In sostanza, Power Ledger Pty Ltd consente ai proprietari di asset per l'energia rinnovabile di decidere a chi vogliono vendere il loro surplus energetico e a quale prezzo. Il sistema è trasparente e consente di chiudere in automatico le transazioni nel segmento residenziale e commerciale connettendo abitazioni e imprese alle reti di distribuzione elettrica esistenti oppure all'interno di micro grids. Power Ledger consente di mettere l'economia dell'energia in mano ai consumatori, mantenendo il valore delle reti di distribuzione tradizionali. Power Ledger ha raccolto ad oggi fondi per 35 milioni di dollari.

Crowdz

Crowdz, con sede a Sunnyvale in California, ha fondato il primo marketplace per eCommerce basato sulla Blockchain. Sfruttando la nuova tecnologia e le potenzialità dell'intelligenza artificiale in tandem con i principi classici del B2C e del B2B, la piattaforma di Crowdz automatizza la ricerca di prodotti e fonti, accelera le transazioni commerciali, rende accessibili le analisi predittive tramite analytics. La tecnologia di Crowdz è in attesa di sette brevetti pendenti, una versione beta della piattaforma è utilizzata da 240 aziende venditrici che offrono 1,6 milioni di prodotti. Crowdz è stata fondata nel 2014 ed è guidata da Payson E. Johnston, ex B2B supply chain senior manager di Cisco. Crowdz ha raccolto fondi per appena un milione di dollari.

Colu

Usare il wallet digitale per pagare in modo istantaneo dallo smartphone e potenziare così i business locali della tua città. Colu è una nuova startup che crea valute locali per microsistemi economici basati sulla blockchain. La startup di Tel Aviv è stata fondata nel 2014 da Amos Meiri, David Ring e Mark Smargon. Il loro obiettivo è cambiare il modo in cui si crea e si usa il denaro, consentendo alle persone di scambiare denaro digitale per sostenere lo sviluppo economico delle comunità locali. L'utilizzo di monete locali consente, secondo Colu, di aumentare il business locale, dei negozi locali, dei cibi locali e della vita locale, potenziando così l'economia locale consentendo di accrescere il controllo della disponibilità economica degli abitanti in ottica di responsabilità sociale. La startup ha raccolto finanziamenti complessivi per 26,6 milioni di dollari.

Coinify ApS

Coinify è il principale servizio di fornitura di criptovalute e supporta 14 criptovalute differenti (fra cui bitcoin, ether, ripple ecc). L'azienda è un fornitore globale di valute virtuali presente in tutto il mondo. Fra i suoi finanziatori ci sono SEED Capital Denmark, SEB Venture Capital e Accelerace. La piattaforma Coinify.com offre servizi di trading in valute virtuali e processi di pagamento: gli utenti possono acquistare e vendere sulla piattaforma valute che girano in blockchain; i merchant possono accettare pagamenti via blockchain in 15 diverse valute e in cassare in tempo reale. La startup ha raccolto complessivamente 9 milioni di dollari di finanziamenti.

Sensay

Sensay è una startup di Venice, California, che connette le persone per effettuare transazioni. Sensay è una piattaforma basata sull'intelligenza artificiale per chatbot. L'obiettivo è connettersi con gli altri via chat per trasferire dati umani, ottenendo in cambio dei token. Chiunque può connettersi e usare Sensay per guadagnare con tutti i sistemi di comunicazione dagli Sms, a Slack, Facebook Messenger, Telegram, We Chat ecc. La startup è stata fondata nel 2014 da Ariel Jalali e Crystal Rose. Finora ha raccolto fondi per 21 milioni di dollari.

Crypterium

Crypterium è una criptobanca digitale con crediti in subtoken e piattaforma aperta. Si tratta di un sistema bancario integrato per la fornitura di un servizio completo verticale che consente a chiunque di pagare con qualsiasi criptovaluta in 42 milioni di negozi a livello globale. Crypterium è una criptobanca contactless per tutti. Fornisce allo smartphone pagamenti, trasferimenti di denaro, scambi di valuta, previsti istantanei. Finora l'azienda ha incassato finanziamenti per circa 24,3 milioni.

5 trend di sviluppo della blockchain nel 2018

Cinque linee di potenziale sviluppo della nuova tecnologia in diversi ambiti che si manifesteranno l'anno prossimo.

È da quest'anno che il potenziale dirompente della blockchain sta catturando l'attenzione, e in questa prima fase il settore più interessato è quello finanziario. A spingere l'interesse verso questa tecnologia, nata per gestire in maniera distribuita le transazioni in bitcoin, ha contribuito certamente il decollo del valore della criptovaluta, ma anche le startup che offrono servizi finanziari basati sulla blockchain hanno fatto il pieno negli Usa, con una raccolta di fondi di venture capital per 240 milioni nel primo semestre del 2017. A questo punto, però, l'interesse per le potenziali applicazioni della blockchain si sta allargando anche ad altri settori. Di seguito un'analisi approfondita dei trend più promettenti per lo sviluppo della blockchain nel 2018, focalizzata su 5 settori specifici.

Maggior utilizzo al di fuori della finanza

I vantaggi potenziali della blockchain nel settore finanziario sono piuttosto evidenti, ma il concetto di rete distribuita multi punto per la registrazione di transazioni può essere applicata in tutti i settori che prevedono la registrazione e la gestione di dati. Nel settore sanitario, ad esempio, secondo previsioni di IDC Health Insights il 20% delle organizzazioni che stanno testando la blockchain passeranno alla fase pienamente operativa entro il 2020, con passaggi concreti già nel 2018.

In ambito di selezione del personale e risorse umane, la blockchain applicata ai CV in fase di recruiting consente di snellire il processo di selezione verificando le qualifiche e le esperienze rilevanti dei candidati.

In ambito legale, il monitoraggio di diversi passaggi di proprietà – ad esempio nel campo della proprietà intellettuale e nella registrazione di atti di proprietà immobiliare – la blockchain può rendere il processo più semplice. E già dall'anno prossimo in ambito legale la blockchain potrebbe cominciare a prendere piede.

In ambito manifatturiero e industriale, il Blockchain Research Institute, fondato fra gli altri da IBM, Pepsi e FedEx, prevede che la blockchain diventi la "seconda generazione" della rivoluzione digitale alle spalle di Internet. Un esempio di applicazione della blockchain per la registrazione delle transazioni della supply chain è Foxconn.

La Blockchain incontra l'Internet of Things

Molti cominciano a interrogarsi sulle possibili interazioni fra la blockchain e l'IoT. Un primo terreno di collaborazione sembra quello della security. La natura crittata e fiduciaria della blockchain potrebbe dare le giuste risposte in termini di sicurezza nel controllo del crescente numero di oggetti connessi in casa e ufficio all'orizzonte. La potenza computazionale della blockchain applicata al bitcoin potrebbe essere trasferita agli oggetti connessi per blindarli dagli hacker assetati dei nostri dati.

Un altro utilizzo potenziale è l'utilizzo delle criptovalute gestite dalla blockchain per i pagamenti di microtransazioni fra macchine (M2M). Si tratta per ora di un'idea, che tuttavia sarà approfondita dai ricercatori nel 2018.

Smart contracts (contratti che si chiudono da soli)

Il filone dei contratti smart è un'altra possibilità connessa all'uso della blockchain. L'idea è che le diverse fasi di un contratto vengano eseguite in automatico quando le condizioni sono rispettate, in altre parole i pagamenti potrebbero chiudersi in automatico, le consegne fatte all'interno della catena virtuale e tutti i dettagli dei diversi contraenti definiti e registrati nella blockchain. Il vantaggio è l'annullamento dell'intermediazione, che snellisce il rapporto diretto fra fornitore e cliente.

Una volta raggiunto l'accordo fiduciario fra le parti, le diverse fasi di attuazione potrebbero così essere automatizzate. Ad esempio, con il pagamento dei bonus al raggiungimento di determinati obiettivi. Oppure il disbrigo di un ordine di acquisto una volta che il pagamento è arrivato sul conto.

La compagnia di assicurazione AIG, ad esempio, sta testando un sistema di smart contract per la gestione e creazione di polizze assicurative complesse che richiedono cooperazione internazionale.

Criptovalute sanzionate dagli Stati?

Putin è stato il primo a salire sul carro della blockchain e delle criptovalute, annunciando il cripto rublo. Ma non è escluso che già a partire dal 2018 anche altri Stati prenderanno in considerazione i potenziali vantaggi delle criptovalute e invece di metterle al bando, come ha fatto la Cina con il bitcoin, sposeranno l'idea in vista dei potenziali vantaggi in termini di efficienza nel settore finanziario e dei servizi pubblici connesso alle valute virtuali.

Molte iniziative di blockchain falliranno

Di certo molti progetti basati sulla nuova tecnologia falliranno, perché il processo di affermazione di una tecnologia considerata rivoluzionaria passa anche attraverso diversi inevitabili flop. Lo stesso peraltro vale per altre tecnologie come l'Intelligenza artificiale e i Big data. False partenze e fallimenti sono all'ordine del giorno.

Blockchain, previsioni per il 2018 (sarà l'anno degli ecosistemi locali)

Giustificato l'ottimismo che aleggia intorno a blockchain e criptovalute in vista del nuovo anno. Ecco perché.

Il 2017 è stato un anno fantastico per le criptovalute. Il valore del Bitcoin è esploso, passando da mille dollari a più di 15mila dollari, un boom imprevedibile. Ma ora che il 2017 è stato archiviato vediamo le previsioni degli esperti per il nuovo anno.

Cosa porterà l'anno nuovo a blockchain e criptovalute?

In primo luogo, secondo gli analisti anche quest'anno le soluzioni basate su blockchain continueranno ad entrare in fase di produzione. In secondo luogo, le criptovalute continueranno a crescere, il che tra l'altro non sembra una grossa sorpresa.

Un altro fattore positivo da tenere in considerazione è che le aziende si concentreranno di più sul cambiamento del loro business model e cominceranno a lavorare con le criptovalute. Infine, le persone comuni cominceranno a riconoscere il fatto che gli ecosistemi locali basati sulla blockchain rappresentano un fattore di successo.

Perché tanto ottimismo?

Mentre la blockchain continua a modificare radicalmente le strutture di mercato, non sorprende il fatto che le aziende si concentrino dal canto loro sul cambiamento dei loro modelli di business per inglobare la nuova tecnologia. Ciò significa che le imprese dovranno apprendere e imparare di più a proposito di piattaforme più ampie e decidere su quale business si vogliono concentrare.

Parlando di blockchain, stiamo parlando di una tecnologia che può essere applicata a qualsiasi tipo di business e non a mercati particolari e limitati. Per esempio, Skycell ha cominciato a utilizzare la blockchain per la filiera farmaceutica per gestire le diverse fasi, dai pagamenti all'assicurazione. Inoltre, TEND sta valutando la possibilità di creare una piattaforma di Sharing Economy 2.0 per asset di alto valore.

Un'altra novità in arrivo nel 2018 sarà lo sbarco sulla blockchain degli scambi finanziari.

Ciò implica che le grandi banche dovranno prima o poi abbassare i costi per gli utenti, garantire maggiore trasparenza e aprire agli scambi real time in criptovalute. Infine, le criptovalute continueranno a crescere grazie a strumenti e approcci di asset management finanziari tradizionali, come ad esempio i crypto hedge fund e i futures sui bitcoin.

CYBERSECURITY

La cybersecurity è il tema più caldo del 2018. Il timore di nuovi attacchi hacker e la minaccia crescente di virus e malware mettono le aziende nella condizione di doversi difendere con la necessità di investire per mettere al riparo il loro patrimonio di dati. Protezione dati, quindi, sempre più al centro della scena tecnologica. Le nostre previsioni sulle priorità e sui rischi maggiori per l'integrità dei Big Data con tutti gli scenari plausibili per l'anno che verrà.

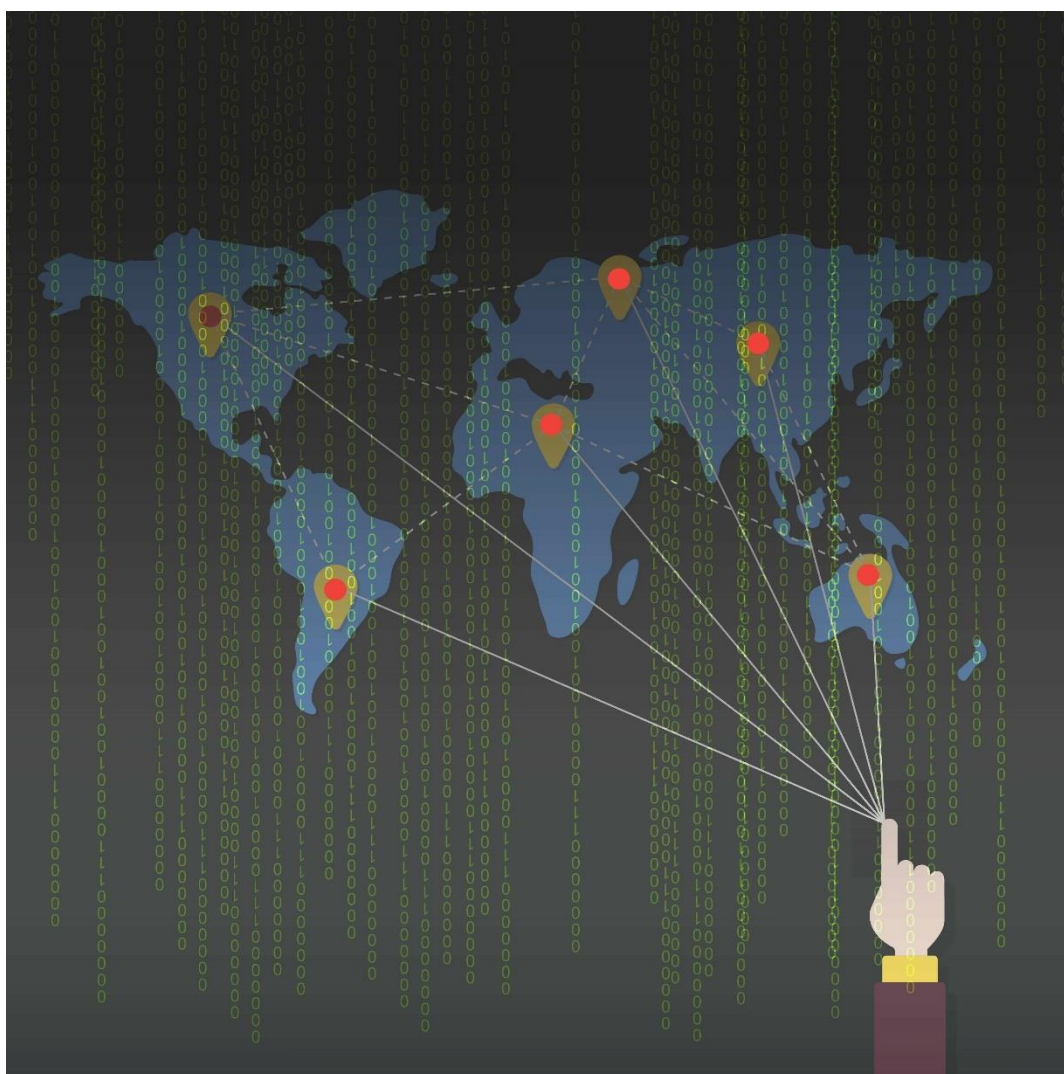


FOTO CREDITS SHUTTERSTOCK – © DIRITTI RISERVATI

38 previsioni sulla Cybersecurity nel 2018

La digital transformation delle nostre esistenze si evolverà di pari passo con quella del crimine, del vandalismo e della guerra digitale. Ecco i temi più urgenti dell'anno che verrà.

Le 38 previsioni che seguono sono il frutto di dichiarazioni di analisti, manager e tecnici di importanti società del settore, raccolte sulla base dei temi caldi della cybersecurity: gli attacchi alle autorità governative e alle infrastrutture critiche, la determinazione dell'autenticità nell'era delle **fake news**, la privacy dei consumatori e il **GDPR**, l'Internet of Things, l'intelligenza artificiale intesa come nuovo tool nelle mani dei criminali informatici quanto in quelle di chi si occupa della protezione dal cybercrime, le **criptovalute**, la biometrica, la crescita delle imprese IT e della cybersecurity, la persistente carenza di competenze digitali.

Attacchi alle autorità governative e alle infrastrutture critiche

La tensione tra Stati Uniti e Corea del Nord vedrà un'escalation online, diventando una guerra sulla sicurezza informatica. La Corea del Nord ha un vantaggio "difensivo" grazie allo stretto controllo della rete del suo Paese, e inoltre la Cina e la Russia non prenderanno parte a questa guerra a causa dei reciproci legami e interessi.

Gli analisti prevedono il diffondersi di attacchi simili alla strategia utilizzata dai russi: campagne di phishing mirate e accompagnate da "fake news" sui social, nel tentativo di destabilizzare gli avversari.

Soprattutto negli ultimi mesi si sono registrati sempre più diffusi furti di dati a danno di aziende di settori critici quali energia, nucleare, acqua, aviazione e costruzioni. Le industrie delle infrastrutture critiche sono in ritardo nella preparazione delle loro strutture operative per affrontare gli attacchi informatici – e questo le rende un facile bersaglio per aggressori politicamente motivati.

È molto probabile che nel 2018 assisteremo a importanti violazioni delle procedure online di agenzie governative. Potrebbero presentarsi sotto forma di violazione dei dati personali, manomissione di siti web, disattivazione di sistemi interni o di una combinazione di questi attacchi. Sappiamo che i governi sono obiettivi e gli attori delle minacce sono implacabili.

La determinazione dell'autenticità nell'era delle fake news

Le notizie false sono diventate un grosso problema nel 2017 che probabilmente peggiorerà nel 2018. Con la tecnologia CGI, Photoshop e voice-over, è quasi impossibile stabilire se una foto o un video siano reali o falsi. Soluzioni come le firme digitali e la crittografia abilitate su dispositivi di registrazione fidati potrebbero aiutare a combattere questo problema, ma l'industria delle macchine fotografiche deve includere queste opzioni sulle apparecchiature utilizzate dai mezzi di informazione.

Per fronteggiare le fake news, l'industria tecnologica svilupperà uno schema di gestione della reputazione che permetterà alle persone di verificare la propria identità attraverso un'operazione che registra un'interazione che solo un umano può avere. Questo schema di reputazione sarà

universale e seguirà un individuo attraverso piattaforme, domini e siti online, anche se la persona desidera rimanere anonima.

La privacy dei consumatori e il GDPR

La privacy e la sicurezza dei dati sono stati a lungo considerati due missioni distinte con due obiettivi separati, ma tutto cambierà nel 2018. Con l'entrata in vigore dei regolamenti globali seri e con l'aumento delle risposte normative alle violazioni dei dati, le organizzazioni costruiranno una nuova gestione dei dati incentrata sul controllo di essi, monitorando chi vede i dati, in quale stato e per quale scopo.

Il 2018 dimostrerà che la sicurezza informatica senza privacy è un ricordo del passato.

Nel 2017 ci sono state numerose violazioni su larga scala che coprivano tre aree chiave: informazioni sanitarie sensibili, informazioni sulle autorizzazioni governative e dati finanziari e di credito. Nel 2018, questo genere di dati potrebbero essere resi disponibili sul *dark web* in modo aggregato, dando a qualsiasi individuo o gruppo l'opportunità di condurre attacchi su piccola scala e altamente mirati come la corruzione, o causando atti illegali.

Nel 2018 alcune istituzioni finanziarie cominceranno a utilizzare i chatbot per facilitare i pagamenti e attireranno i criminali informatici che impersoneranno i veri utenti e acquisiranno i loro account, eventualmente utilizzando l'accesso remoto nel normale PC dell'utente per neutralizzare qualsiasi riconoscimento basato sui dispositivi.

Assisteremo ad un aumento della legislazione e dei regolamenti sul modello del GDPR. Lo stato di preparazione e applicazione del nuovo regolamento saranno le principali preoccupazioni informatiche per i dirigenti e le organizzazioni aziendali. Con il nuovo GDPR, l'Ue è diventata un precursore della privacy dei dati globali e anche altri paesi cercheranno di allinearsi alle leggi sulla privacy dell'Unione Europea.

L'assistenza sanitaria è diventata un obiettivo di alto valore in quanto la tecnologia in questo settore è molto variegata ed è collegata a reti in ritardo dal punto di vista della sicurezza. Si prevedono altri attacchi *ransomware* che potrebbero avere un impatto sulla cura del paziente o sui dati dei pazienti.

Internet of things (IoT)

I marchi globali stanno cominciando a implementare IoT, aprendo nuove falle nei nostri già malconci spazi informatici. Gli hacker continueranno a sfruttare i **dispositivi non protetti** per spiare gli utenti e irrompere nelle reti domestiche e aziendali. *Botnet* multipli che sfruttano dispositivi IoT vulnerabili saranno nuovi veicoli negli attacchi DDOS e minacceranno di smontare le notizie e i siti web governativi. I produttori IT dovranno affrontare queste vulnerabilità di sicurezza o rischiano di perdere il confronto con aziende tecnologicamente più affidabili. Il GDPR potrebbe accelerare questo processo, costringendo le aziende a riconsiderare la raccolta di dati personali tramite IoT, ma non vedremo effetti su questo fronte almeno fino al 2019.

Il 2018 sarà un anno impegnativo per **l'industria IoT**. Gli hacker sanno che queste aziende sono online e connesse più che mai, il che aumenta la loro vulnerabilità. La sicurezza è fondamentale, perché un hack potrebbe significare vita o morte per i consumatori. Ad esempio, se la catena di montaggio di un costruttore di automobili è stata compromessa, potrebbe causare malfunzionamenti del veicolo, mettere in pericolo i passeggeri e causare problemi di reputazione e di responsabilità per l'azienda produttrice. Per queste ragioni, inizieremo a vedere più aziende che

si occupano di sicurezza informatica con soluzioni specifiche per mercati verticali. Per gestire efficacemente questo nuovo corso, le organizzazioni che si occupano di IoT dovranno aumentare gli investimenti sulla cybersecurity.

Dal 2015 abbiamo assistito a un'enorme diffusione **degli usi commerciali dei droni**: rilevamento delle costruzioni, rilevamento delle mine, servizi di consegna, monitoraggio agricolo, valutazione di disastri e assicurazioni, ecc. Questi dispositivi economicamente accessibili (possono costare anche pochi euro), sono guidati da un pilota collegato o tramite un sistema autonomo: in entrambi i casi suscettibili di influenza o interruzione da parte di attori esterni. I produttori di droni sono ora in una gara per creare la "GoPro" del settore dei droni, il prodotto che definisce l'intero mercato, e in questa gara la sicurezza sarà probabilmente determinante.

Le **case intelligenti** (*smart home*) sono la tendenza più recente a cresceranno a passi da gigante quest'anno. È possibile collegare qualsiasi cosa alle nostre reti domestiche: luci, tostapane, serrature, telecamere, termostati e persino frigoriferi. Gli hacker possono sfruttare vulnerabilità sconosciute dei dispositivi connessi per violare le reti domestiche o per ottenere l'accesso non autorizzato alle abitazioni senza dover ricorrere ai metodi tradizionali di irruzione in casa.

Intelligenza Artificiale e Machine Learning

La modalità di utilizzo dell'Intelligenza Artificiale da parte dei buoni e dei cattivi muterà. La sicurezza informatica è una corsa agli armamenti e la parte più debole ricorre a mezzi asimmetrici per raggiungere i suoi obiettivi. Alla stregua delle organizzazioni che stanno adottando l'apprendimento automatico e l'intelligenza artificiale per migliorare la loro sicurezza informatica, anche i criminali informatici svilupperanno la stessa strategia. Gli aggressori stanno utilizzando l'apprendimento automatico per accelerare il processo di individuazione delle vulnerabilità nei prodotti commerciali, con il risultato che gli aggressori useranno sempre nuovi *exploit* senza che vi sia traccia dell'utilizzo dell'AI nella loro creazione. L'intelligenza artificiale aumenterà anche il numero di professionisti della cybersicurezza qualificati, in quanto riduce le barriere all'ingresso nella professione e consente agli individui meno preparati di essere efficaci nell'arena della sicurezza informatica.

In generale, più criminali useranno l'intelligenza artificiale e l'apprendimento automatico per condurre i loro crimini. Il *ransomware* sarà automatico e il furto bancario sarà condotto da bande organizzate che utilizzano l'apprendimento automatico per condurre i loro attacchi attraverso modalità più intelligenti. I gruppi più piccoli di criminali saranno in grado di causare maggiori danni utilizzando queste nuove tecnologie per violare le aziende e rubare i dati. Allo stesso tempo, le grandi imprese si rivolgeranno all'AI per rilevare e proteggersi contro nuove minacce sofisticate. L'intelligenza artificiale e l'apprendimento automatico consentiranno loro di aumentare i tassi di rilevamento e di ridurre drasticamente i falsi allarmi.

Le stesse tecnologie che migliorano le difese aziendali saranno probabilmente utilizzate per attaccarle. I progressi nell'AI e nell'apprendimento automatico sono un'arma a doppio taglio, migliorano l'esperienza del prodotto ma sono anche utili per hacker e cybercriminali.

L'analisi basata sull'intelligenza artificiale dei dati biometrici comportamentali sarà la prossima grande tendenza della sicurezza informatica e della protezione dei dati. Gli algoritmi sofisticati di apprendimento automatico sono in grado di costruire un profilo del comportamento tipico di un utente, identificare modelli di attività insoliti ed evidenziare potenziali minacce in tempo reale, prima che abbiano la possibilità di materializzarsi. Identificando automaticamente i dati sospetti, l'intero processo di sicurezza diventa più efficiente, ovviando alla necessità di una scrupolosa revisione manuale dei dati registrati.

Criptovalute

La *Cryptocurrency* è stata una "killer app", anche in negativo, e ha consentito e alimentato la crescita del *ransomware* e delle relative minacce di riscatto nel 2017. Nel 2018 questo fenomeno continuerà a crescere includendo l'identità per il riscatto. Gli utenti riceveranno e-mail o telefonate in cui sapranno che i loro dati sono stati rubati e poi saranno istruiti a pagare tramite bitcoin per impedire che i vengano trafugati o diffusi.

Nel 2018, una vulnerabilità importante farà cadere il valore di una delle criptovalute più popolari, causandone l'effettiva "morte". Le criptovalute, tra cui Bitcoin, Ethereum, Litecoin e Monero, mantengono un capitale di mercato miliardario, il che le rende un obiettivo più attraente per gli hacker man mano che il loro valore di mercato aumenta. È possibile che nel 2018 un importante attacco contro una di queste criptovalute danneggerà la fiducia del pubblico.

Un'altra grave violazione dello scambio di criptovalute potrebbe portare a un sostanziale declino del valore di Bitcoin e di altre principali criptovalute. Vedremo maggiore coinvolgimento dei governi con normative che inizino a rimuovere alcuni dei principi fondamentali intorno all'anonimato per ridurre l'uso fraudolento delle criptovalute. Le banche saranno le prime a creare una valuta regolamentata seguite da Russia e Cina e plausibilmente dalle 5 grandi aziende tecnologiche.

Biometrica e autenticazione multi-fattore

Le password sono uno strumento impersonale e inadeguato per la sicurezza, impersonali e mettono gli utenti in difficoltà per dimostrare l'identità. Con il lancio di Face ID, dopo l'enorme successo dei lettori di impronte digitali negli iPhone e nei dispositivi Android, vedremo altre funzionalità di autenticazione biometrica pronte per il consumatore. In combinazione con i progressi nell'autenticazione push (Google ha appena impostato l'autenticazione tramite SMS) e la massa dei dati del dispositivo, vedremo finalmente i nostri dati biometrici sempre più connessi alle nostre identità digitali.

Nel 2018, si comincerà a ragionare oltre l'autenticazione a due fattori per considerare le prospettive per la salvaguardia dei nostri sistemi. Le organizzazioni inizieranno ad adottare strumenti automatici per analizzare la loro presenza sui social media per minacce e comportamenti sospetti, proprio come fanno ora sulla rete aziendale. Inoltre, il metodo tradizionale di formazione dei dipendenti diventerà ancora più cruciale per le organizzazioni.

Uso crescente dell'autenticazione multi-fattore e biometrica: attraverso la maturazione di tecnologie come i chip neurali e l'apprendimento approfondito, stiamo riscontrando miglioramenti significativi nell'accuratezza e affidabilità di una varietà di dati biometrici che possono rendere l'autenticazione di conducenti, passeggeri e terze parti come servizi di consegna, rivenditori, personale di servizio, ecc. più sicuri e più convenienti. Man mano che diventano più economici e più efficaci, le tecnologie di autenticazione più forti possono essere incorporate nei veicoli e persino nelle infrastrutture, consentendo nuove modalità di commercio "senza attrito". Apple Face ID è un esempio, in cui la possibilità di accesso non autorizzato è diminuito da 1 su 10.000 per le impronte digitali Touch ID a 1 su 1.000.000 per il riconoscimento facciale. Inoltre, la varietà di dati biometrici si sta espandendo oltre i metodi più tradizionali come impronte digitali o riconoscimento facciale e voce a cose come l'andatura e persino la forma del cuore. Insieme alla fusione dei sensori, è possibile combinare una varietà di dati biometrici per fornire un'autenticazione forte con il minimo inconveniente.

Il 2018 sarà un anno interessante per la biometria con il passaggio da Apple a Face ID su iPhone. Sarà probabilmente la più grande adozione della tecnologia di riconoscimento facciale nella storia. È interessante vedere il mercato dei consumatori guidare il mercato delle imprese nell'adozione della biometria. I principali fornitori di smartphone stanno rendendo più facile per il mercato aziendale spostarsi verso una password senza password.

Crescita delle imprese dell'IT e della cybersecurity

Gli hacker inizieranno a esaminare i *mainframe* come una futura fonte di attacchi. Trascurata dai team di sicurezza, la cui attenzione viene assorbita per proteggere le ultime innovazioni mobili o basate su cloud, i *mainframe* sono l'epicentro dei servizi finanziari per migliaia di organizzazioni globali tra cui 92 delle 100 più importanti banche del mondo. Questi sistemi attualmente supportano 29 miliardi di transazioni ATM al giorno e l'87% di tutte le transazioni con carta di credito. I *mainframe* possono anche essere utilizzati per diversi scenari di attacco, in particolare lo spionaggio. Da una singola posizione, un utente malintenzionato potrebbe raccogliere importanti informazioni competitive o strategiche.

Nel 2018, i criminali informatici sfrutteranno i software di sicurezza e gli antivirus. Puntando su questi programmi e sulla catena di fornitura di software e hardware, gli hacker possono assumere il controllo dei dispositivi e manipolare completamente gli utenti. Così, però, la percezione del pubblico e del business dei software di sicurezza, e in particolare delle soluzioni antivirus, si deteriorerà ulteriormente.

Il ransomware aziendale diventerà una tendenza importante. Gli attacchi dirompenti e distruttivi sono venuti alla ribalta nel 2017 con le epidemie di malware *WannaCry*, *NotPetya* e *BadRabbit* che hanno costretto le aziende offline per giorni e, in alcuni casi, persino per settimane. Questi attacchi hanno evidenziato il potenziale per gruppi criminali di trattenere intere reti in ostaggio chiedendo milioni di dollari di riscatto. Questi attacchi virali "enterprise ransomware" diventeranno probabilmente una delle principali tendenze tra gli attori e-crime nel 2018.

Nel 2017, le frodi **e-commerce** sono aumentate del 300-600% rispetto ai tassi di frode nel 2016. Il tasso di frode è cresciuto considerevolmente soprattutto a partire da luglio 2017, contemporaneamente alla violazione di *Equifax*. Questa crescita drammatica dei tassi di frode varia in base al settore, e tuttavia l'aumento è direttamente correlato con le recenti violazioni dei dati, in cui i truffatori hanno accesso a e-mail e password dei consumatori e li utilizzano per effettuare acquisti prima che il consumatore abbia realizzato il furto. Nel 2018, possiamo aspettarci che i cyber-criminali continueranno a indirizzare le aziende con strategie sempre più sofisticate e i rivenditori dovranno rispondere con misure di protezione maggiori come il *machine learning* e la biometria.

Il panorama complessivo della sicurezza nel 2018 sarà incentrato su due aspetti: il *cloud* e l'IoT. Ognuno di questi porta a una sfida globale per i team di sicurezza: scalare le proprie soluzioni di sicurezza per mantenere il passo con l'enorme richiesta di banda. La rapida decentralizzazione della forza lavoro e delle applicazioni cloud aziendali aumenterà esponenzialmente la complessità, poiché proteggere questa larghezza di banda distribuita rappresenterà una sfida se si utilizza un approccio centralizzato alla sicurezza informatica. Le organizzazioni dovranno trovare rapidamente una soluzione in grado di proteggere questa enorme quantità di larghezza di banda improvvisamente senza dover affrontare aumenti di costo proibitivi.

Le tecniche standardizzate di hacking renderanno l'identificazione dei colpevoli ancora più difficile: nel 2018, più operatori di minacce adotteranno strumenti progettati per rimuovere qualsiasi segno rivelatore dei loro attacchi. Ad esempio, vedremo le *backdoor* con meno funzionalità e diventeranno più modulari, creando impronte di sistema più ridotte e rendendo l'attribuzione più difficile a tutti i livelli. E, poiché un'attribuzione accurata diventa più impegnativa, la porta viene aperta per attacchi informatici ancora più ambiziosi e campagne di influenza da parte sia degli stati-nazione che dei criminali informatici.

La persistente carenza di competenze in tema di sicurezza informatica

Nel 2018 il ruolo del CISO continuerà ad evolversi per comprendere la politica pubblica, l'applicazione della legge, la privacy e una comprensione del panorama delle minacce.

Secondo una recente ricerca, solo l'11% della forza lavoro mondiale per la sicurezza delle informazioni è costituita da donne. Un certo numero di organizzazioni sono dedicate ad aiutare le donne ad avere successo nella sicurezza informatica, come la *Women's Society of Cyberjutsu (WSC)*.

Nel 2018, un numero maggiore di aziende adotterà un approccio basato sulla sicurezza. Immagina un fossato che circonda un castello, proteggendo il re, la regina e altri abitanti dagli invasori. Solo in questo caso, invece delle persone, si hanno informazioni personali identificabili (PII), file proprietari, capitale intellettuale, informazioni mediche, documenti legali e altre informazioni che dovrebbero essere viste e condivise solo con le persone e le organizzazioni autorizzate. Per adottare tale cultura nella tua organizzazione, sarà sempre più necessario diffondere i temi della sicurezza con campagne di sensibilizzazione periodiche, attacchi di sicurezza simulati (con phishing o altri vettori di attacco) e migliori politiche di conservazione della documentazione per gestire e crittografare i dati chiave.

L'attuale carenza di competenze in sicurezza informatica è davvero massiccia e nel 2018 si amplierà. Il settore continuerà a richiedere una serie diversificata di competenze man mano che i progressi della strategia di resilienza cibernetica. Le organizzazioni inizieranno a considerare i ruoli non tradizionali, l'esperienza e l'educazione, basati sull'atteggiamento e l'attitudine giusti, per colmare queste tanto necessarie posizioni di sicurezza informatica.

Le aziende creeranno il proprio talento informatico: man mano che la carenza di cyber-competenze continua ad aumentare, le imprese riconosceranno la necessità di creare il proprio talento cyber piuttosto che aspettare che appaia. Nel 2018, le organizzazioni diventeranno più proattive nell'affrontare il divario tra cyber-talento e implementare la formazione interna per creare più talento. Le aziende inizieranno anche a spingere il dialogo pubblico verso un'istruzione più cibernetica in età precoce.

Fonti: *The Cyber Avengers, DomainTools, Cyberbit, Dyadic, Gigamon, Immuta, West Monroe Partners, BioCatch, TrustArc, Attivo Networks, Carousel Industries, American Express Global Business Travel, Duck Creek Technologies, Varonis, Safe-T, Thales eSecurity, Enlightened, Enlightened, Vectra, ThetaRay, PKWARE, Balabit, ProtectWise, IntSights, WatchGuard Technologies, Aperio Systems, Webroot, Twilio, ZeroFOX, TrustArc, Lumileds, Cisco, SecureAuth, Illusive Networks, Attivo Networks, ProtectWise, Malwarebytes, SiteLock, CrowdStrike, Nyotron, Radial, Signal Sciences, Cylance, SAP, ObserveIT, GigaTrust.*

2018, Cybersecurity e Data protection: investire denaro un must irrinunciabile

Facile immaginare che cloud, IoT, IA e big data caratterizzeranno il 2018, ma cybersecurity, privacy e data protection sono i settori in cui non si può fallire. Ecco come fare.

Diventa abbastanza prevedibile e si può essere sicuri che **cloud, IoT, IA e big data** caratterizzeranno il 2018, ma quali sono, invece, i settori in cui molte società compiranno (ancora) passi falsi? Cybersecurity e protezione dei dati personali. In questi due ambiti è inevitabile investire denaro quest'anno.

Gdpr, applicabile dal 25 maggio in tutta l'Ue: multe salate per le aziende

Tra circa 5 mesi, dal 25 maggio prossimo, tutti gli Stati membri dell'Ue dovranno applicare il Regolamento Europeo sulla Protezione dei Dati (**GDPR**). I timori delle aziende si concentrano soprattutto sulla nuova figura del **DPO** (Data Protection Officer), la nuova figura professionale che all'interno di imprese e pubbliche amministrazioni sarà incaricato di vegliare sul rispetto delle nuove regole in materia di protezione dati.

L'Italia, la PA e le imprese sono pronti? Le prime sanzioni che saranno comminate alle aziende avranno effetti negativi sui titoli in Borsa. Infatti il sistema sanzionatorio per le aziende in caso di violazione della normativa è *molto elevato e incisivo*, prevede sanzioni fino a 20 milioni di euro o al 4% del fatturato internazionale annuo lordo.

Il settore pubblico nel mirino dei cybercriminali

Rispetto al privato, il settore pubblico è più preda di attacchi informatici perché gli Stati investono poco e spesso male nella cybersecurity. La Sanità, nel 2017, è stato il più colpito. L'anno scorso è stato l'anno degli attacchi informatici, che hanno rappresentato un *vulnus* ai dati dei cittadini, delle imprese e dello Stato. Dal *Ransomware* che prende "in ostaggio" Pc e smartphone chiedendone il riscatto in bitcoin fino ai casi più eclatanti di **Bad Rabbit, Petya e Wannacry**. Per cercare di evitare danni incalcolabili causati da Data breach è urgente investire nella sicurezza informatica, anche e soprattutto attraverso *hub* tra aziende pubbliche e private. Inevitabili, purtroppo, nuovi attacchi ransomware quest'anno, come nel 2017, che secondo le stime hanno generato nelle tasche dei criminali informatici circa 108mila sterline e innumerevoli sono state le aziende colpite.

Cybersecurity, 10 scenari per il 2018

Ancora troppe minacce interne, le grandi organizzazioni investono in competenze e le nuove tecnologie abilitanti la trasformazione digitale, come IoT e cloud, dovranno essere più protette se si vogliono evitare le cyber minacce più attese per il 2018.

Mai come oggi, il tema della sicurezza informatica ha conquistato l'attenzione crescente di imprese, Governi e utenti finali di apparecchi e servizi di rete. L'anno passato ci sono stati eventi particolarmente rilevanti a livello mondiale, tra cui il diffondersi del malware WannaCry, tali da coinvolgere direttamente pubblico e grandi organizzazioni.

In questo nuovo anno, secondo quanto scritto da **Ian Kilpatrick**, Executive Vice-President area Cybersecurity di Nuvias Group, la situazione non potrà che aggravarsi, con l'arrivo di nuovi malware sempre più sofisticati e dannosi, pronti a colpire le imprese, le infrastrutture critiche e il sistema bancario, soprattutto con lo scopo di impadronirsi dei dati, di tutti i dati possibili.

Ecco perché, secondo Kilpatrick, il nuovo regolamento per la protezione dei dati (**GDPR**) sarà strumento fondamentale per innalzare il livello generale di sicurezza informatica, nonché leva per aumentare le vendite di sistemi di cyber sicurezza.

Complessivamente, quindi, il nuovo anno vedrà l'emergere di nuove opportunità di business per le imprese dell'*IT security* e della *cybersecurity*, con un mercato tutto orientato ai servizi, alle nuove tecnologie, alla formazione e la consulenza.

Di seguito i **10 trend della cybersecurity per l'anno in corso** individuati da Kilpatrick.

Prima di tutto la sicurezza informatica non riguarderà più solamente l'area IT dell'azienda, ma coinvolgerà tutta l'organizzazione, divenendo asset centrale e tirando in causa tutto il management, fino al consiglio di amministrazione, **perché una buona azienda, un'azienda in salute, è certamente un'azienda protetta.**

Al secondo posto troviamo i **ransomware**, cioè minacce informatiche particolarmente attive negli ultimi tempi, in grado di infettare una moltitudine di utenti e le loro macchine, richiedendo poi un riscatto. Secondo le ultime stime, l'anno passato i danni da *ransomware* alle imprese sono ammontati a 5 miliardi di dollari, con un pagamento medio per il riscatto di 1400 dollari.

Come affrontare tale minaccia informatica? Semplicemente aggiornando i software di protezione, controllando tutto ciò che entra ed esce dalle reti aziendali, differenziando le password di accesso ai diversi servizi e facendo il classico backup dei dati.

C'è poi l'**Internet of Things** (IoT), una delle tecnologie su cui puntano maggiormente sia le imprese, sia i consumatori, che però presenta ancora oggi troppe vulnerabilità in termini di cyber sicurezza. I fornitori di *IoT service & device*, infatti, sembrano ancora non dare la giusta attenzione alle minacce informatiche che potrebbero riguardare tale tecnologia, non integrando questo aspetto

direttamente in fase di sviluppo. Secondo alcuni studiosi, stando così le cose, l'IoT rappresenta oggi la maggiore minaccia alla sicurezza di aziende e Governi.

Si teme, inoltre, il ritorno del gruppo di hacker detto **Shadow brokers**, cioè di coloro che hanno rubato software altamente sofisticati dall'Agenzia per la sicurezza nazionale degli Stati Uniti (l'NSA), dando poi vita al temibile *ransomware* *WannaCry*.

Proprio loro potrebbero, secondo gli analisti, sviluppare e far girare in rete ulteriori minacce, con diversi target, come ad esempio Windows 10, alla ricerca soprattutto di dati personali, relativi agli utenti, tra cui dati biometrici e i PII (*Personally Identifiable Information*).

Cruciale, in questo panorama, è la corretta gestione delle patch e dei backup.

L'arrivo a maggio del nuovo regolamento europeo per la protezione dei dati personali (o in sigla **GDPR**), sarà uno degli eventi più importanti del 2018, anche in chiave di sicurezza delle informazioni. Kilpatrick stima comunque che la maggioranza delle organizzazioni non sembra aver compreso la rilevanza economica e tecnologica di questa novità che, in sostanza, gira attorno a tre focus point: identificare, proteggere e gestire le PII, cioè qualsiasi tipo di informazione utile ad identificare un soggetto, un individuo specifico.

Paradossalmente, però, la GDPR sembra essere un'arma a doppio taglio. Se da un lato servirà a tutelare meglio e in maniera più efficace i dati personali e relativi ad un'organizzazione, dall'altro espone le imprese a minacce di ogni tipo, tra cui essere ricattate (**blackmail**) dagli stessi cyber criminali in cerca di denaro facile.

A 5 dollari, inoltre, chiunque può dare il via ad un **attacco DDoS**, *Distributed Denial of Service* (interruzione distribuita del servizio). Questo infatti è il prezzo per l'affitto degli strumenti necessari o per ingaggiare qualcuno che lo faccia al posto nostro e di fatto anche il DDoS entra prepotentemente (ancora una volta) nella Top 10 delle minacce più probabili del 2018.

Altro boom molto atteso è quello delle tecnologie **cloud**. Tutto ormai finisce sul *cloud* e tutti noi, più o meno, ne siamo coinvolti direttamente. Sfruttare la nuvola per lo storage di documenti di ogni tipo è un grande vantaggio per l'utente di rete, ma anche una vulnerabilità grave se non si protegge bene questo sistema di archiviazione: non è compito dei provider tutelare tali informazioni, ma del cliente.

Nonostante il passare degli anni, la **minaccia interna** (*insider threat*) rimane sempre una delle principali cause di attacchi informatici andati a segno. Che sia volontaria o involontaria, la scarsa attenzione data dal personale alla sicurezza delle informazioni aziendali, come dei device usati in azienda, rimane una delle più grandi vulnerabilità delle organizzazioni. Per questo motivo, si legge nelle riflessioni del manager Nuvias, il 2018 vedrà aumentare sensibilmente le **competenze in cybersecurity**, con programmi dedicati, attacchi simulati di *phishing* e *social engineering*, esercitazioni di vario tipo, fino ad un controllo più stretto sull'operato del personale stesso.

Ultimo, ma non meno importante rispetto gli altri sopra citati, è il problema dell'uso di **password troppo superficiali e facili da indovinare per i cyber criminali**. Se utilizziamo una stessa password per entrare in più siti e magari è anche una password standard (123456 ad esempio) il livello di pericolosità a cui esponiamo le nostre informazioni sensibili aumenta a dismisura.

Cloud, 5 previsioni per il 2018

In che modo gli strumenti basati su cloud continueranno a crescere e ad adattarsi alle diverse esigenze per individui e imprese? Ecco le prime cinque previsioni su come il cloud cambierà nel 2018.

Nel 2017 il cloud non ha diminuito il suo impatto su individui e imprese in tutto il mondo.

In particolare nel settore dell'archiviazione di file, il cloud è diventato rapidamente dominio di normative governative, vasti investimenti e fonte di condivisione di informazioni per le imprese.

La grande domanda ora è, dove si arriverà? In che modo gli strumenti basati su cloud continueranno a crescere e ad adattarsi alle diverse esigenze per individui e imprese? Nel frattempo ci pensiamo, ecco le prime cinque previsioni su come il cloud cambierà nel 2018.

1. Il GDPR prenderà di sorpresa molti fornitori di Software as a Service

È passato più di un anno da quando il regolamento generale sulla protezione dei dati (**GDPR**) è stato approvato nell'aprile 2016. Nonostante i numerosi avvertimenti, questi nuovi regolamenti cattureranno di sorpresa molti fornitori di SaaS.

Anche se è stato concesso molto tempo per la preparazione, molte aziende e venditori SaaS non saranno pronti a soddisfare i severi requisiti GDPR. Il fatto che questi regolamenti vadano ben oltre i confini fisici dell'UE e i fornitori di servizi cloud in tutto il mondo saranno vincolati dalle linee guida del GDPR, è qui che si avranno molti problemi.

2. La decentralizzazione

Come evidenziato dal GDPR, i dati non possono essere detenuti negli stessi confini fisici che definiscono le nazioni e gli effetti degli eventi geopolitici sulla proprietà dei dati saranno molto seri.

L'accesso ai dati detenuti esclusivamente all'interno degli Stati Uniti, ad esempio, può essere bloccato o richiesto dal governo degli Stati Uniti. Ciò può rappresentare un serio problema per i governi stranieri che utilizzano servizi basati su cloud non decentralizzati.

Spinti dalla necessità di integrità dei dati, sovranità e sicurezza, i governi e le organizzazioni governative, in particolare quelle al di fuori degli Stati Uniti, cercheranno servizi cloud decentralizzati per garantire un controllo assoluto su dove sono archiviati i dati e su chi può gestirli.

3. L'emergenza della governance

Le imprese stanno cercando di limitare l'espansione del repository al fine di gestire meglio il backup, la ricerca, la protezione e la governance. Impiegare anche solo pochi repository può rendere difficile per i team IT interni gestire e proteggere i contenuti.

Definire un processo preciso di data governance e avere piena visibilità sui propri dati permetterà di essere precisi e accurati nella comunicazione. Fare uso di una piattaforma unica per backup, archiviazione e data management è inoltre fondamentale per garantire protezione e disponibilità agli stessi dati.

Per questo, definire un processo preciso di data governance permetterà avere piena visibilità sui propri dati.

4. La protezione dai Ransomware

Il 2017 ha visto un'epidemia globale di attacchi ransomware e la minaccia non farà che aumentare col passare del tempo. Nel 2015, i danni causati dai ransomware hanno totalizzato 325 milioni di dollari, e nel 2017 sono arrivati a più di 5 miliardi di dollari, secondo l'indagine condotta da Cybersecurity Ventures.

La protezione dai Ransomware, quindi, diventerà una delle funzionalità più ricercate dalle aziende.

5. Prevenzione della perdita di dati grazie all'utilizzo del machine learning

Nel corso del 2017, l'intelligenza artificiale e il machine learning hanno toccato tecnologie di tutto il mondo e il cloud non fa eccezione. Nel 2018 queste tecnologie fungeranno da basi solide per comprendere i dati e migliorarne la sicurezza.

Ad esempio, il machine learning aiuterà a ridurre al minimo l'esposizione dei dati sensibili analizzando il contenuto ogni volta che viene raccolto, copiato e condiviso.

Inoltre identificherà i dati ad alto rischio attraverso l'analisi del flusso di testo e la rilevazione di dati rilevanti quali numeri di telefono, nomi, numeri di carte di credito e altro. Con l'apprendimento automatico e l'intelligenza artificiale, sarà possibile organizzare i contenuti e selezionare i controlli di accesso in base alla sensibilità di tali contenuti.

2018, come il GDPR cambierà lo Storage

Secondo gli esperti, lo storage basato sul machine learning e la dearchivizzazione dei vecchi dati diventeranno molto comuni nell'anno che verrà.

Lo Storage è la base di tutto l'IT. I dati senza un luogo dove vivere sono morti. E se muoiono i dati a catena muore Internet, muoiono i sistemi IT, le reti televisive, l'economia globale e tutta la nostra vita. In altre parole, non potrebbe succedere nulla di peggio.

Detto questo, la tecnologia in ambito di Data protection e Storage sta facendo passi da gigante ad una velocità impressionante, con nuove soluzioni e sistemi che sbarcano sul mercato tutto il tempo (in-memory, 3D Xpoint, NVME, flash), sistemi di storage sempre più sofisticati e device sempre più intelligenti, in grado di gestire tutto ciò grazie all'infinita capacità del cloud.

Le aziende investono sempre di più in sistemi per immagazzinare decine di terabyte di dati e sistemi digitali per gli utilizzi più svariati.

GDPR, il maggior cambiamento per lo Storage nel 2018

Di certo, nel 2018 l'entrata in vigore del nuovo Regolamento europeo sulla Data Protection sarà il fatto più eclatante per lo Storage. Si tratta del maggior cambiamento in materia di data protection degli ultimi 20 anni. Le imprese europee e americane dovranno essere in grado di dimostrare la compliance del trattamento dei dati in termini di gestione, immagazzinamento e condivisione indipendentemente dalla quantità dei data set in questione. Sul fronte della sicurezza, le aziende dovranno dichiarare un data breach alle autorità nel giro di 72 ore.

Diritto all'oblio

Un altro aspetto alquanto delicato connesso al GDPR riguarda l'articolo 17, che introduce il diritto all'oblio per gli utenti. Un elemento che accrescerà la domanda di soluzioni storage in grado di gestire in maniera consapevole i dati. In altre parole, le aziende dovranno disporre di sistemi di storage in grado di proteggere, mobilitare e monetizzare i loro dati lungo tutti i confini del cloud.

Altri trend previsti per l'anno prossimo riguardano il sempre più stretto connubio fra storage e sistemi di machine learning, la crescente domanda di intelligence nei sistemi storage delle aziende, l'affermarsi del Cloud per lo storage dati come conseguenza del nuovo regolamento.

Internet of Things

L'Internet of things genererà molti più dati di quanti possiamo immaginare. In uno studio pubblicato da Cisco nel 2017, il 75% dei manager hanno detto che utilizzeranno l'IoT per migliorare il business, a fronte del 95% che intende lanciare l'IoT entro tre anni. Nel 2018 la quantità di dati prodotti dall'IoT supererà ogni possibile attesa.

L'anno prossimo nel settore dei media prenderà piede la tendenza ad estrarre vecchi contenuti dagli archivi per creare nuove fonti di reddito.

Storage industry, le previsioni per il 2018

Con l'inizio del nuovo anno, è il momento di rivedere le tendenze all'interno del panorama dello Storage, in modo da offrire previsioni su quali miglioramenti forniranno un valore duraturo agli utenti nei prossimi 12 mesi.

GDPR

Quest'anno ci sarà l'applicazione del regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR), che entrerà in vigore a maggio. Molte aziende non sono preparate per l'implementazione di queste nuove regole e non hanno pianificato cambiamenti nel modo in cui i dati personali dei cittadini UE devono essere archiviati ed elaborati.

Il GDPR si applica a tutte le società che memorizzano i dati dei cittadini UE, indipendentemente dal fatto che tali società abbiano sede nell'UE, e indipendentemente da dove tali dati siano archiviati. Per alcune società, l'investimento in nuovi data center, progettati per rispettare le regole GDPR, potrebbero essere l'unica opzione.

Storage a stato solido (flash)

Vedremo che la domanda di **storage flash a stato solido** continuerà a crescere costantemente nel 2018 fino al 2020, con l'aumento degli investimenti effettuati dai produttori di flash, che consentirà una maggiore capacità e un costo inferiore per unità.

Il successo di Flash è evidenziato dal trionfo sul mercato dei dischi magnetici e dal suo predominio nei mercati dei laptop di fascia alta e bassa, oltre a desktop, dispositivi di gioco e videoregistratori digitali, dove ha quasi completamente sostituito le vecchie memorie di massa.

Storage su nastro (tape)

L'utilizzo dei tape continua ad avere diversi vantaggi rispetto ad altri dispositivi di storage, dove uno di questi è la durata. Diversamente da altri device di memorizzazione, di norma i tape hanno un ciclo di vita più lungo e sono meno esposti ai rischi che possono interessare i moderni drive. Le informazioni archiviate sui nastri magnetici al contrario possono essere lette anche dopo una decina di anni.

I moderni sistemi di storage si basano molto sugli hard drive built-in per via dei loro più veloci processi di lettura e scrittura dei dati. Ma ciò che realmente conta è il sistema singolo e il motivo per cui viene utilizzato, poiché l'estrazione dei dati da un nastro può essere comunque un processo veloce.

Tuttavia la scrittura sul tape non è tanto veloce quanto lo è quella sui dischi rigidi, ma il costo di un tape è nettamente inferiore rispetto ad un hard drive.

Cloud

Rispetto ai diversi tipi di tecnologie, il cloud è stato quello che più di altri ha influenzato i data center di oggi.

Nel 2018 i fornitori di cloud continueranno a consumare volumi sempre crescenti nel mercato dello storage, sfruttando al meglio l'opportunità date da queste nuove tecnologie di archiviazione.

Il cloud sarà un driver per la mobility, dando alle persone la flessibilità di cui hanno bisogno e all'IT il livello di sicurezza necessario. Il lavoro sarà sempre meno legato ai luoghi fisici e il cloud semplificherà il movimento delle persone non solo nello spazio, ma all'interno dei progetti e permetterà di trasferire facilmente gli skill da una parte dell'azienda all'altra.

Storage su disco ottico

Lo storage su disco ottico rimarrà una tecnologia di nicchia, soprattutto usata nell'industria dei media e dell'intrattenimento.

A causa dei costi elevati, questa sarà l'unica tendenza al ribasso in questo mercato e proseguirà fino al 2018. Pur rimanendo un'opzione appropriata per i requisiti di archiviazione a lungo termine, questo mezzo continuerà a funzionare anche se è circa dieci volte più costoso del nastro.

FINTECH E CRIPTOVALUTE

Dal banking alla Blockchain, al ruolo crescente dei bot nel rapporto fra banche e clienti, passando per la crescente diffusione di pagamenti sempre più virtuali. L'impatto del Fintech sul mercato tradizionale degli istituti finanziari, con un occhio di riguardo per il ruolo crescente dei grandi player della rete e delle chat di comunicazione mobile nel segmento del payment diretto Peer to Peer, in vista dell'entrata in vigore della direttiva europea sull'open bank. Dopo la corsa del bitcoin, le criptovalute guadagnano sempre più consensi anche a livello di governi. La nostra carrellata su startup, nomi da ricordare, casi d'uso, analisi e scenari di sviluppo.



FOTO CREDITS SHUTTERSTOCK – © DIRITTI RISERVATI

FinTech, i 4 trend per il 2018

Dal Banking alla blockchain, dall'intelligenza artificiale alla cybersecurity fino all'assistente vocale al posto del bancario. Nel 2018 il denaro sarà sempre più gestito e trasferito con un click.

Il 2018 sarà un anno cruciale per il Fintech. Se nel 2017 la tecnologia di frontiera applicata alla finanza era inevitabile, oggi in questo settore le banche si giocheranno la partita. Ecco come si sta evolvendo il mercato dei servizi finanziari e quali sono le nuove opportunità per tutto coloro che ne usufruiscono, secondo l'osservatorio *Moneyfarm*.

Robo advisory (AI, sinergie industriali e MiFID 2)

Il settore dei robo-advisors o dei gestori digitali del risparmio, ovvero tutte quelle realtà che sviluppano soluzioni innovative, utilizzando la tecnologia digitale, per gestire il risparmio delle famiglie, si ritroverà a gestire diverse migliaia di miliardi di masse da qui al 2025.

Una grande mano in questo senso potrebbe arrivare dalla **MiFID 2**, la direttiva Ue che pone più tutele al risparmio e maggiore trasparenza a banche, sgr e sim. La nuova normativa, in vigore dal 3 gennaio 2018, potrebbe avere un effetto dirompente soprattutto sul mercato italiano che è ancora caratterizzato dalla prevalenza di modelli di distribuzione tradizionali. L'esperienza della **RDR** inglese, normativa da cui la MiFID ha preso spunto, ci mostra come l'aumento dei costi derivato dai maggiori oneri in carico a intermediari e case prodotte andrà probabilmente a creare uno spazio nell'industria per le iniziative più agili e innovative rivolte alla clientela mass. Questo perché i player tradizionali, per giustificare i costi elevati che impongono alla clientela, potrebbero essere portati a focalizzarsi maggiormente sul segmento affluent/private.

Il 2018 è anche l'anno in cui ci aspettiamo che l'intelligenza artificiale, che per adesso è entrata solo marginalmente nel campo della gestione del risparmio, comincerà a giocare un ruolo ben più importante, grazie soprattutto all'entrata in vigore della PSD2.

Le banche dovranno aprire l'accesso delle proprie piattaforme ad app FinTech

La PSD2, la direttiva europea sui pagamenti, relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno, ha un potenziale enorme per le prospettive di business che può aprire. Ci troviamo di fronte a una rivoluzione copernicana, nella quale **le banche dovranno aprire l'accesso delle proprie piattaforme a parti terze, i correntisti diventeranno proprietari dei propri dati e potranno decidere di integrare i servizi finanziari di cui usufruiscono come meglio credono**. I cambiamenti più immediati riguarderanno ovviamente il sistema dei pagamenti, in cui diventerà davvero molto complesso per le banche porre ostacoli all'utilizzo di servizi offerti da parti terze.

La PSD2, più che un semplice cambio di legislazione, va vista come l'apertura di una nuova piattaforma per l'innovazione digitale in grado di offrire tantissime opportunità a chi sarà in grado di approfittarne, un po' come è stato per l'introduzione dei sistemi operativi per dispositivi mobili.

Difficile prevederne l'impatto e i tempi in cui i risparmiatori potranno godere i vantaggi di tale regolamentazione, che si esplicheranno in termini di servizi migliori e più personalizzati in una serie di ambiti, dai pagamenti alla gestione delle finanze personali e ai servizi di investimento.

Dal punto di vista commerciale, il grande afflusso di dati potrebbe dare un'ulteriore spinta alle aziende innovative, offrendo loro nuovi strumenti in grado di facilitarne la crescita. I dati bancari permettono di immaginare le preferenze delle persone in modo assai dettagliato, si pensi alle iniziative promozionali personalizzate che ne potrebbero scaturire grazie alle partnership tra gli operatori. Va da sé, ma è importante ribadirlo a scanso di equivoci: qualunque tipo di condivisione di dati personali sarà consensuale. Quel che conta è che saremo finalmente padroni dei nostri dati, che prima appartenevano alle banche, e saremo liberi di disporne come vogliamo.

La chiave sarà dunque saper immaginare servizi che creino reale valore per le persone. Incrociando i dati di tutti i conti di un risparmiatore si potrà ottenere la radiografia completa delle sue abitudini finanziarie e tagliargli il servizio su misura. La Gestione del Risparmio diventerà così un servizio veramente olistico, che accompagna il risparmiatore durante l'intero ciclo finanziario, dalla fase di accumulazione del suo patrimonio alla fase dell'investimento. Un grande supporto lo darà senz'altro l'intelligenza artificiale.

L'Asia il grande *hub* del Fintech al mondo

L'Asia si definirà ancora di più come il grande *hub* del Fintech mondiale. Spesso quando si parla di Fintech si è portati a pensare ai mercati maturi come gli Stati Uniti e l'Europa. Ma oggi la frontiera è in Asia.

Nell'Asia Pacifica il Fintech ha ricevuto nel 2017 investimenti per un totale di \$14.8bn secondo PwC contro gli 8.3 del Nord America e i 2.4 del Regno Unito. L'ecosistema è dominato dalla Cina, che vanta i 4 unicorni Fintech più grandi del mondo, e dall'India, che si è convertita alle transazioni digitali mediante l'uso di individually unique mobile wallets e mettendo fuori corso alcuni tagli di banconote, dando vita al più grande esperimento di demonetizzazione mai condotto a livello globale.

In Asia la crescita del settore Fintech è caratterizzata da una mastodontica sproporzione tra la domanda e l'offerta di servizi. Si pensi che solo il 69% degli abitanti dell'Asia Pacifica possiede un conto corrente, e scendiamo al 52% in Asia Meridionale.

L'assenza di un'industria tradizionale consolidata e l'emergere di una classe media rendono l'apporto delle nuove tecnologie ancor più dirompente che in Europa e negli Stati Uniti. Possiamo affermare a ragion veduta **che in Asia la rivoluzione Fintech sta accompagnando l'inclusione finanziaria di centinaia di milioni, se non miliardi, di persone.** Per questo, se vogliamo avere un indizio sulla forma che avranno i servizi finanziari di domani, è proprio all'Asia che dobbiamo guardare.

Mentre in Occidente i maggiori Fintech *hub* come Londra, New York e la Silicon Valley hanno vissuto un'innovazione graduale, per l'industria dei servizi finanziari del gigante tecnologico cinese si è trattata di una vera e propria rivoluzione. L'adozione diffusa di quei servizi da parte di una popolazione cresciuta con la tecnologia, unita alla consistenza degli investimenti in innovazione, lascia pensare che la Cina continuerà a essere il leader asiatico del Fintech.

Il settore che sta trainando la crescita, con più di 8 miliardi di investimenti, è quello del credito. Il boom di questo segmento in Asia è stato determinato da una grande domanda di prestiti che rimane

insoddisfatta dal canale tradizionale ed è stato favorito sia dalla presenza di grandi piattaforme digitali che hanno diversificato su nuovi segmenti che dalla poca attenzione dei *regulators*. In questo senso il comparto asiatico rappresenta un esempio di come grandi piattaforme digitali, sia attraverso l'investimento in startup, sia attraverso l'intervento diretto sul mercato, possono entrare nello spazio Fintech generando profitti.

Più pagamenti elettronici anche con l'e-fattura

Qui il settore caldo può essere quello della fatturazione elettronica, sempre per motivi legati a nuove regolamentazioni, che imporranno un'armonizzazione. Nel 2018 l'Unione Europea imporrà a tutti gli stati membri degli standard comuni per quello che riguarda l'*e-invoicing*. Bruxelles spera così di aumentare il tasso di adozione dal 24% al 95% entro il 2024 e ciò comporterebbe risparmi per circa 64.5 miliardi per le imprese. Anche se le stime si rivelassero troppo generose, si tratta di una cifra enorme. La nuova normativa potrebbe funzionare anche da incentivo per la digitalizzazione delle imprese nazionali. Anche per questo motivo e per combattere l'evasione fiscale, la Legge di Bilancio 2018 prevede l'obbligo di fatturazione elettronica dal 1° luglio del 2018 per quanto riguarda la certificazione delle operazioni relative a cessioni di benzina e gasolio e delle prestazioni rese da subappaltatori e subcontraenti negli appalti pubblici. Dal 2019 l'obbligo sarà esteso a tutte le operazioni tra privati (B2B) e nei confronti dei consumatori finali (B2C).

Alexa il tuo nuovo bancario?

Anche se l'attenzione è ancora focalizzata sui dispositivi mobili, la voce come interfaccia utente è sempre più accettata e disponibile. Assistenti vocali - da **Amazon's Echo** e **Google's Home** a **Baidu's Xiaoyu** e **Alibaba's Genie** in Asia - stanno diventando sempre più parte della nostra vita quotidiana, con alcuni studi che prevedono addirittura che la maggior parte delle famiglie statunitensi ne avrà una entro il 2022.

Come nel caso dei chatbots negli ultimi anni, secondo le previsioni le istituzioni finanziarie continueranno a sperimentare come integrare gli assistenti vocali nelle loro offerte ai clienti. Allo stesso tempo occorre risolvere gli innumerevoli problemi di sicurezza e privacy dei dati, per questo motivo la cybersecurity è un altro trend delle FinTech nel 2018.

Fintech, se Amazon e Facebook ti fanno da banca

La nuova regolazione bancaria PSD2 in vigore dal 13 gennaio consentirà ai grandi player del web di accedere ai dati sui conti bancari degli utenti e di entrare in concorrenza diretta con le banche sui pagamenti.

Pagamenti via chat

Una bella gatta da pelare per le banche tradizionali perché le “non banche” sono più attrezzate per i pagamenti peer to peer e per l'mPayment, bastino qui gli esempi di **Paym** nel Regno Unito, che consente di pagare via smartphone con il semplice utilizzo del numero di cellulare del destinatario, di **Venmo** negli Usa, un free wallet per condividere pagamenti con gli amici, o **Facebook Messenger**, che nel Regno Unito è pronto per i pagamenti via chat.

Pagamenti diretti

Insomma, a partire da gennaio le banche piano piano cominceranno a condividere con i big della rete i dati sui conti dei loro clienti e i big della rete cominceranno a effettuare pagamenti a loro nome, senza bisogno di intermediazioni da parte delle banche. Di fatto, se un cliente **Amazon** vorrà pagare un mese di abbonamento a Prime potrà farlo direttamente tramite Amazon. Il cliente non dovrà accedere alla app della banca, non dovrà inserire il suo numero di conto e né autenticarsi per la transazione, perché sarà Amazon stessa a chiudere la transazione in automatico. In futuro, sarà quindi possibile dare 10 euro al tuo amico via **WhatsApp** semplicemente digitando “+10 euro” in chat.

Sfida Fintech

L'avvento del fintech è quindi una grossa sfida alle banche tradizionali, perché la maggior parte delle interazioni che hanno con i clienti riguardano pagamenti. Se i pagamenti non passano più per la banca, la banca perde il bene più prezioso di cui dispone, cioè il rapporto diretto con il cliente e soprattutto i dati sul suo profilo di pagamento e di rischio.

Il valore dei dati

Senza i dati dei clienti le banche perdono il patrimonio dei dati dei clienti, che al contrario piano piano passa in mano ai grossi player della rete. Ma cosa se ne farà ad esempio Google di questi dati? In primo luogo, potrà utilizzarli a scopi pubblicitari, sfruttando le informazioni bancarie degli utenti, che non saranno più nella disponibilità esclusiva della banca. È per questo che le banche tradizionali, per non disperdere il loro patrimonio basato finora sul rapporto diretto ed esclusivo con i clienti, dovranno fare un netto salto di qualità tecnologico nel prossimo futuro, da costruire sull'identità, la fiducia e la reputazione.

Bitcoin, le previsioni del 2018 dei guru della Finanza

Se il 2017 si è chiuso all'insegna del Bitcoin, la "moda" caratterizzerà anche il 2018 oppure la bolla esploderà? Ecco le previsioni di autorevoli esperti (dal premio Nobel Stiglitz a John Bogle, considerato uno dei più grandi investitori della storia).

Le cose da sapere prima di investire in Bitcoin o nelle altre criptovalute (sono oltre 1.300).

Il mese scorso il **Bitcoin** ha fatto registrare record su record fino ad arrivare al valore di 20mila dollari, ma poi negli ultimi giorni del 2017 ha fatto registrare diversi *down*. Nonostante queste giornate da incubo la criptovaluta ha "mangiato il panettone" insieme agli italiani, nel senso che è stata oggetto delle chiacchierate sotto l'albero di Natale perché a molti è venuta l'idea di investire in una valuta che aumenta i tuoi soldi durante la notte, di giorno in giorno, addirittura ad ogni aggiornamento dell'app utilizzata per controllare il suo valore. Ma prima di investire in Bitcoin o nelle altre criptovalute, ne solo oltre 1.300, è opportuno sapere cosa hanno detto autorevoli esperti per pensarci due volte prima di investire i risparmi in una valuta digitale.

"Evitare il Bitcoin come la peste"

John (Jack) Bogle, considerato uno dei più grandi investitori della storia e creatore, nel 1976, del primissimo fondo comune di investimento indicizzato, il *Vanguard 500 Index Fund*, ha utilizzato una metafora efficace per far capire i rischi legati al Bitcoin. Durante un evento tenutosi a novembre scorso al *Council on Foreign Relations* di New York, il guru della finanza ha così risposto a chi gli ha chiesto dal pubblico un suo giudizio sulla criptovaluta: *"Evita il Bitcoin, come la peste. Sono stato chiaro?"*. Bogle ha poi argomentato il suo concetto: *"Il Bitcoin non ha un tasso di rendimento sottostante. Sai che le obbligazioni hanno un coupon di interesse, le azioni hanno guadagni e dividendi, l'oro non ha nulla. Non c'è nulla per supportare il Bitcoin tranne la speranza che lo venderai a qualcuno per più di quanto hai pagato per questo". "È da pazzi investire in questa moneta, quando scenderà a 100 dollari ne riparleremo"*, ha concluso l'88enne.

Ecco, questo è quello che potrebbe succedere spesso nel 2018. Chi ha acquistato la moneta digitale spera di poter rivendere le azioni per guadagnare soldi "veri".

"Il Bitcoin va vietato"

Il Bitcoin, durante i giorni del suo maggiore aumento di valore nel 2017, ha ricevuto lo schiaffo dall'economista premio Nobel, nel 2001, **Joseph Stiglitz**, che in questa [videointervista a Bloomberg](#) ha affermato *"il Bitcoin ha successo solo a causa del suo potenziale di aggirare le regole e per l'assenza di supervisione: dovrebbe essere vietato"*.

Stiglitz è anche giunto a questa drastica conclusione perché *"non ha alcuna funzione utile nella società"*. *"È una bolla"*, ha sentenziato il premio Nobel per l'economia.

"Nel 2018 crollerà"

Il Bitcoin e le altre criptovalute sono uno dei fenomeni più rilevanti nei mercati finanziari degli ultimi anni, osserva **Saxo Bank**, la banca d'investimenti danese che da 15 anni pubblica il suo rapporto annuale "Shocking Predictions" ("Previsioni scioccanti"). Nel report si afferma che il

valore del Bitcoin potrebbe diminuire bruscamente nel 2018. *“Il crollo potrebbe concretizzarsi dopo che la Russia e la Cina vieteranno le criptovalute”*, ritengono gli analisti. *“Il Bitcoin raggiungerà il suo picco a 60mila dollari con una capitalizzazione di 1 trilione di dollari, dopodiché il suo prezzo precipiterà fino a circa 1.000 dollari per Bitcoin”*, si legge nel rapporto.

Di sicuro aumenteranno sempre di più le autorità di regolamentazione che vorranno imbrigliare la criptovaluta.

Israele, alla vigilia di Natale, ha bandito dalla Borsa di Tel Aviv le società che effettuano scambi commerciali in Bitcoin. In autunno, in Cina, le autorità hanno chiuso la più grande Borsa di Bitcoin per frenare la speculazione ma soprattutto evitare che le criptovalute diventassero il chiavistello per eludere lo stringente controllo sui movimenti di capitale.

Anche in Europa, all'interno della Bce, per esempio, il falco austriaco **Ewald Nowotny** ha chiesto una stretta regolatoria sul Bitcoin, definendola non solo uno strumento speculativo ma anche un pericoloso veicolo per il riciclaggio di denaro sporco. Più cauta la Gran Bretagna.

La bolla del Bitcoin sta evidentemente dando alla testa a tutti. La verità è che, come nota **Charlie Bilello**, *strategist di Pension Partners*, il Bitcoin avrà valore fino a quando la gente crederà che lo abbia. *“Alla fine della giornata di Borsa, i prezzi di mercato sono il risultato del credere collettivo a una bella storia – ha ricordato l'analista italoamericano. “E finora, la storia raccontata dal Bitcoin è ancora molto bella”*, ha concluso Bilello.

Staremo a vedere.

Dal 5G alla realtà aumentata. Le 7 tecnologie da tenere d'occhio nel 2018

5G, assistenti digitali, realtà aumentata e sicurezza biometrica. Queste e altre tecnologie che vale la pena di tenere d'occhio nel 2018.

Come crescerà il comparto hi-tech? Ecco le tecnologie che più di ogni altra come potranno cambiare le abitudini dell'uomo nel nuovo anno?

5G

Le reti 5G sono la nuova generazione della connettività mobile e promettono performance di velocità superiori e connessioni più affidabili su smartphone e altri device in rete, con velocità media di download nell'ordine di 1 Gbps, a fronte di una latenza inferiore a 10 ms.

Il 5G dovrebbe arrivare nel 2020 con il lancio ufficiale delle reti a livello globale, ma nel frattempo uno dei principali primi test 5G arriva a febbraio ai Giochi Olimpici Invernali di **Pyeongchang in Corea del Sud** ed inoltre quest'anno nel 2018 negli Stati Uniti dovrebbero partire le prime sperimentazioni.

Quando questa tecnologia arriverà, influenzerà qualsiasi cosa, dalle auto senza conducente all'IoT (Internet delle cose) alla realtà virtuale e alla operazioni mediche da remoto.

Assistenti digitali

Come si evolveranno gli assistenti digitali? Gli esperti dicono che saranno sempre più intelligenti, in grado di effettuare una vera conversazione con gli esseri umani.

In una recente intervista, **Michael Bjorn**, capo della ricerca di **Ericsson**, ha affermato che ben presto useremo il linguaggio del corpo, l'intonazione e i gesti per interagire con la tecnologia, proprio come facciamo con le persone.

I consumatori accolgono sempre con maggiore frequenza gli **assistenti digitali** ed entro due anni il 75% delle famiglie avrà un assistente digitale nelle loro case. Il riconoscimento vocale sta modificando anche le abitudini di tutti i giorni: quando facciamo ricerche sul nostro **smartphone** spesso utilizziamo direttamente la nostra voce ponendo domande come se ci stessi rivolgendo ad un reale assistente e non ad un'intelligenza artificiale.

Nel frattempo, mentre aspettiamo l'arrivo nei mercati mondiali gli altoparlanti intelligenti a comando vocale come l'HomePod di **Apple**, o il diffusore intelligente di **Samsung**, **Gartner** prevede che il mercato degli altoparlanti con supporto vocale raggiungerà 2,1 miliardi di dollari entro il 2020, rispetto ai 360 milioni di dollari del 2015.

Realtà aumentata

Mentre l'interesse dei consumatori per la realtà virtuale sembra essere diminuito in una certa misura, per la realtà aumentata invece le cose potrebbero andare diversamente nel 2018. Dopo la Pokemon mania scaturita dall'uscita di Pokemon Go nel 2016, tante aziende stanno effettuando grossi investimenti in questo settore.

In ambito **tech**, Google sfida Apple col suo **ARKit** e lancia la piattaforma **ARCore** con il kit per app che sovrappongono oggetti virtuali negli ambienti reali.

In ambito **automotive**, **Ford** ha annunciato che utilizzerà il visore **HoloLens** nella progettazione dei veicoli creando modelli virtuali in scala e per migliorare la collaborazione a distanza dei vari team di lavoro.

Nel periodo 2017-2021 gli analisti prevedono un tasso di incremento medio annuo del 98,8 %. Inoltre si prevedono nel 2018 oltre 950 milioni di dollari in investimenti per soluzioni aziendali in ambito di training e manutenzione.

Robot

Attualmente, gli unici robot presenti nelle nostre case sono giocattoli o aspirapolveri. Ma nel 2018 potrebbero cambiare le carte in tavola, aspettando l'uscita della nuova generazione di robot domestici definiti robot "sociali" tipo **Kuri** dalla **Mayfield Robotics**, **Buddy** from **Blue Frog Robotics** and **Jilbo** dalla **Jilbo Company**. Questi robot sociali potrebbero scattare foto di famiglia, leggere storie ai bambini e ricordare alle nonne di tutto il mondo di prendere le medicine.

Il cloud

Negli ultimi anni l'ascesa del cloud computing ha avuto in impatto profondo sulle società. I settori più attivi nella cloudification sono il manifatturiero, le banche, telco e media, che fruiscono dei vantaggi del cloud utilizzando i servizi di gestione dell'advertising e delle infrastrutture, per esempio, per lo streaming video per supportare picchi di attività.

Il mondo delle infrastrutture ha beneficiato dell'effetto del Cloud con il 58% delle aziende che lo utilizza in ambienti di produzione, il 61% delle imprese ha scelto di sperimentare ambienti IaaS per lo sviluppo e per il test, il 53% è invece orientata a soluzioni di backup. Nel caso del SaaS, le soluzioni sono utilizzate per allargare il supporto informativo nell'86% dei casi, ma anche per sfruttare singole potenzialità innovative.

Nell'era digitale, dunque, usufruire di servizi cloud nel 2018 diventa indispensabile per tutte quelle aziende che si trovano a gestire un gran numero di dati e informazioni.

Sicurezza Biometrica

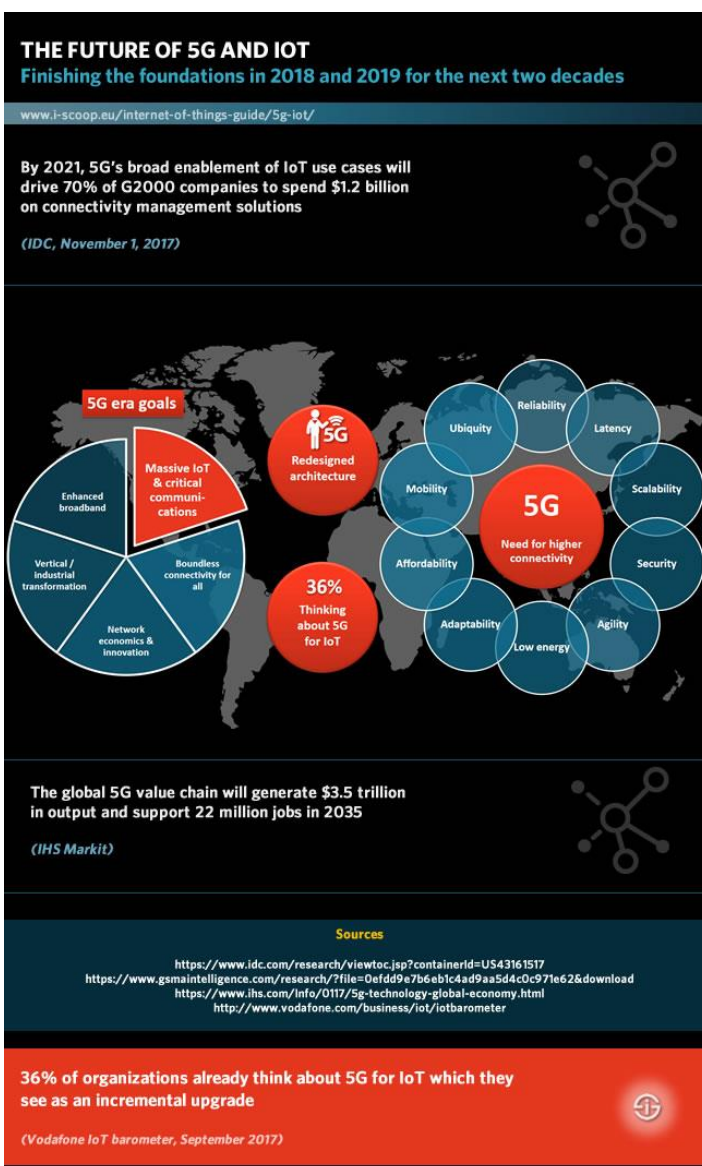
Nel 2017 Apple è stata la prima azienda al mondo a introdurre il riconoscimento facciale nel nuovo iPhone X. Questo metodo di autenticazione, infatti, sarà sempre più utilizzato per sbloccare apparecchi elettronici tra cui smartphone e tablet. Si tratta di un procedimento biometrico che analizza i tratti somatici del viso della persona grazie ad algoritmi che identificano le posizioni di naso, bocca, la distanza tra gli occhi e così via.

Non sappiamo se da adesso in poi tutti i dispositivi che usciranno dall'azienda di Palo Alto saranno dotati di questa tecnologia, ma di sicuro questo ha aperto le porte allo sviluppo nel settore, in quanto viene considerato dagli esperti di cybersecurity affidabile e sicuro, tanto che si stima sostituirà quasi definitivamente il lettore per le impronte digitali.

5G e IoT nel 2018: il mobile broadband nel futuro dell'IoT

Il 5G non è stato concepito soltanto per l'IoT, ma certamente sarà il driver principale della nuova era degli oggetti connessi.

Il 5G, la quinta generazione delle reti wireless, promette di rivoluzionare il panorama globale del mobile. Una nuova era alle porte per il wireless. Il 5G non è stato concepito soltanto per l'IoT, ma certamente sarà il driver principale della nuova era degli oggetti connessi.



“Entro il 2021 lo sviluppo di nuovi use case IoT spingerà il 70% delle aziende che compongono il G2000 index (l'indice di Forbes che raccoglie le 2000 maggiori aziende del mondo) a spendere 1,2 miliardi di dollari in soluzioni per la gestione di connettività”, secondo recenti stime di IDC.

Lo sviluppo dell'IoT toccherà la quasi totalità del business, a partire dalla smart factories (fabbriche sempre più automatizzate e intelligenti), passando per l'Industry 4.0, le auto a guida autonoma, i cosiddetti smart building, le smart city e tutte le applicazioni industriali connesse in rete.

È in questo contesto sempre più automatizzato e robotizzato che assume importanza centrale l'utilizzo dell'intelligenza artificiale, degli analytics e dell'edge computing.

Per la realizzazione di progetti IoT sarà inoltre necessario disporre di un mix di reti fisse e mobili in grado di garantire standard di connessione assai superiori a quelli garantiti dai network attualmente in uso.

La promessa del 5G e dell'IoT massivo

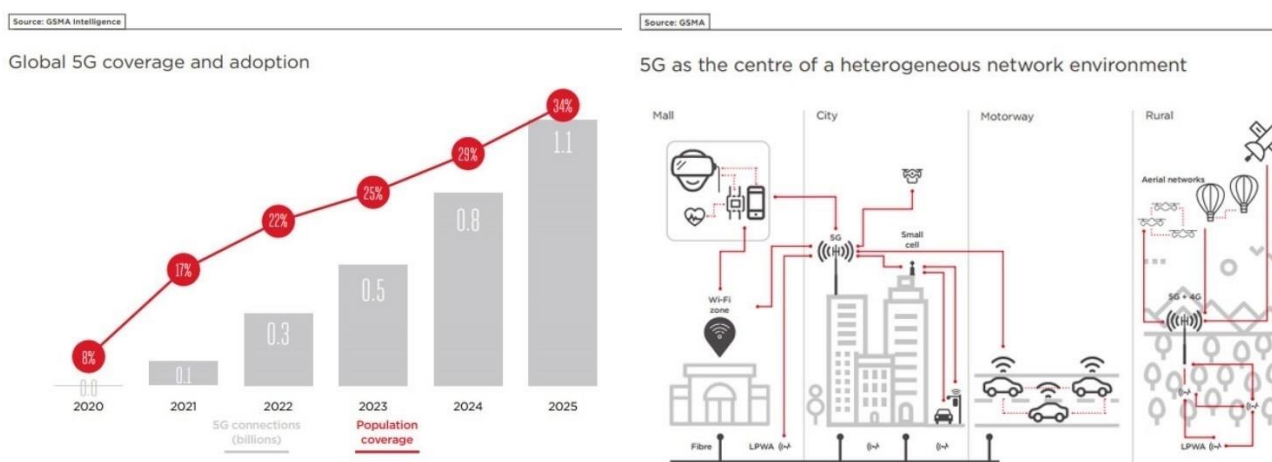
Il 5G promette affidabilità, livelli di latenza, scalabilità, sicurezza e mobilità in grado di supportare servizi mission-critical che saranno le fondamenta dell'IoT massivo. Nuovi servizi che le reti di oggi, basate su tecnologie di rete come l'LPWAN (Low power wide area network) e il 4G LTE, non potranno mai sostenere se non altro per

quanto riguarda la latenza che deve essere inferiore al millisecondo per garantire appunto la sicurezza di un'auto autonoma nel traffico.

Grazie al cambio di passo in tema di latenza, il 5G consentirà di controllare robot al lavoro in condizioni mai viste prima, secondo stime della Gsma.

La tendenza nell'IoT e nell'IoT applicato all'industria è lo sviluppo di soluzioni sempre più orientate al wireless. Per le aziende, quindi, il 5G rappresenta in primo luogo la leva tecnologica fondamentale per lo sviluppo dell'Industry 4.0 o Internet industriale.

Veicoli connessi, comunicazioni massive, chirurgia da remoto, miliardi di oggetti connessi, la guida dei robot. Secondo stime di gartner, il 57% delle aziende globali utilizzerà il 5G per gestire la comunicazione dell'Internet of Things.



Il futuro del 5G e dell'IoT

Il 5G dispone di un'architettura di rete completamente nuova rispetto all'Lte e all'Lte Advanced. Un'architettura che gli operatori dovranno realizzare sfruttando sistemi di software defined networking (Sdn) e funzioni di virtualizzazione.

Secondo la Gsma, il 5G sarà il fulcro di un ambiente misto di reti differenti ed eterogenee di soluzioni di connettività come l'LPWA.

Secondo il Vodafone IoT Barometer, il 36% delle aziende interpellate sta già pensando al 5G per l'IoT, considerato un upgrade incrementale del business.

Secondo stime di IHS Markit, nel 2035 il 5G contribuirà all'economia globale per un totale astronomico di 12,3 milioni di miliardi di dollari, la catena del valore del 5G produrrà un rendimento di 3,5 milioni di miliardi di dollari e 22 milioni di posti di lavoro a livello globale. Fra il 2020 e il 2035 il contributo al Pil mondiale da parte del 5G sarà pari a quello di un paese delle dimensioni dell'India.

Internet delle cose, il consolidamento parte dagli standard

Standard più affidabili, maggiore livello di sicurezza e strumenti di analytics più efficaci per l'elaborazione delle informazioni: ecco come l'IoT entrerà definitivamente nelle nostre vite.

La realtà attorno a noi è sempre più interconnessa. A volte percepita come una minaccia, altre invece come una risorsa insostituibile, l'**Internet of Things** (IoT) è da un paio di anni parte integrante delle nostre vite. Le imprese avranno modo di impiegare tale tecnologia per ridurre i costi, accelerare il processo produttivo, abbattere i consumi, ottimizzare le risorse.

Ma anche altri settori, comprese quelli più intimi delle nostre case, avranno modo di fare esperienza di quella che è chiamata *digital life* o *smart life*.

Secondo quanto scritto su Tech.co da John Grimm, senior director area Security strategy di Thales eSecurity, sono tre gli scenari più probabili per l'IoT che si andranno a consolidare già nel 2018.

Partiamo dagli **standard**, per Grimm saranno più completi ed affidabili: *“Inizieremo ad osservare l'affermazione più decisa delle piattaforme IoT, sempre più rapida nella nostra quotidianità lavorativa e domestica, con un mercato che già ora è in grado di offrire fino a 400 prodotti diversi”*.

Un trend positivo che riguarderà prima di tutto le imprese: *“Vedremo il suo utilizzo maggiore nel campo della **cybersecurity**, perché più ampio è l'uso dell'IoT aziendale, maggiore sarà la necessità di elevare il livello di sicurezza generale di reti, device e dati”*.

E il secondo scenario è proprio quello della sicurezza informatica: *“Nell'ultimo anno state scoperte alcune tra le maggiori minacce informatiche della storia recente”*.

Tra questi gli attacchi DDoS e quelli ransomware, certamente, ma non meno pericolose sono le azioni dei dipendenti stessi di un'organizzazione. Il basso livello di competenze digitali e ICT può già di per sé rappresentare una vulnerabilità concreta.

Per questo, ci ricorda Grimm, *“non basta aggiornare i software e applicare nuovi sistemi di sicurezza per le parti fisiche, ogni organizzazione deve investire di più sulla preparazione del personale e sugli skills”*.

In ultima analisi, l'esperto di sicurezza elettronica, evidenzia uno dei prodotti più rilevanti dell'IoT (soprattutto in termini economici), per le imprese e anche le amministrazioni pubbliche: i dati, i **big data**. Grazie alle centinaia e migliaia di sensori e apparecchiature di cui si compone un ecosistema IoT in miniatura (in una casa, in un ufficio), sono milioni i dati che costantemente vengono generati dalle macchine e che rappresentano una vera miniera d'oro per le aziende e gli enti pubblici.

*“In questo contesto così dinamico e aperto all’innovazione, abbiamo la possibilità di sfruttare il potenziale di crescita offerto dai big data, che vanno elaborati impiegando gli **analytics tools** di cui già disponiamo”, ha scritto Grimm. “Più dati tiriamo fuori da un settore chiave, ad esempio la sanità, più informazioni siamo in grado di trattare”.*

Il problema, come visto, è sempre uno solo: il livello di sicurezza delle informazioni.

“È probabile – ha sottolineato l’esperto - che dal 2018 in poi i fornitori di soluzioni IoT dovranno garantire loro stessi una maggiore soglia di sicurezza informatica delle piattaforme offerte, specialmente nel settore medico-sanitario, dove i dati personali sono estremamente sensibili e quindi immaginati protetti dai più impenetrabili sistemi di difesa”.

Deludere le attese significa minare la fiducia del consumatore.

TECH TREND

Tutti gli smartphone in arrivo nel 2018 e i trend tecnologici del CES di Las Vegas, la fiera dell'hitech più grande del mondo. Il futuro del marketing digitale e le ultime tendenze in fatto di tecnologie indossabili, smart home e guida senza conducente. Questo e molto altro nelle nostre previsioni sulle tecnologie vincenti che caratterizzeranno il nuovo anno all'insegna della digitalizzazione pervasiva degli ambienti domestici, fra speaker e tv super connesse.

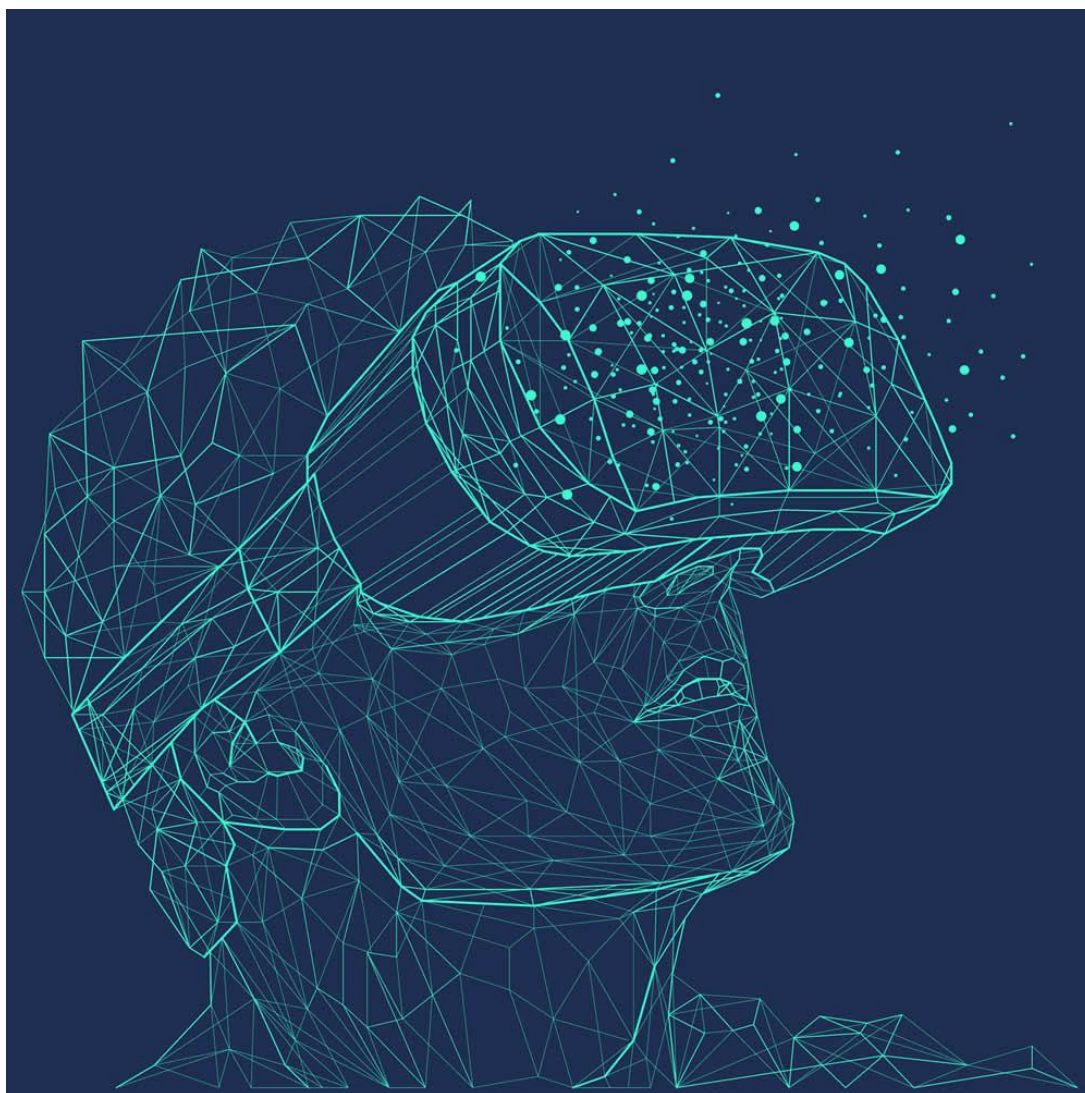


FOTO CREDITS SHUTTERSTOCK – © DIRITTI RISERVATI

Innovazione tecnologia, le 10 tendenze confermate per il 2018

La trasformazione digitale del mondo del lavoro, dell'economia e della nostra vita quotidiana subirà una rilevante accelerata durante questo nuovo anno appena iniziato, facendo leva su cloud, intelligenza artificiale e blockchain.

Il **video** sarà la forma di comunicazione più utilizzata quest'anno. Grazie a Skype, FaceTime e Google Hangouts, i tassi di adozione stanno aumentando progressivamente, con relativo affollamento di servizi/applicazioni sul mercato.

Probabile un consolidamento del ricorso al **cloud** per le videoconferenze (*video conference as a service*, o con il suo acronimo VCaaS).

Un tempo conosciuta come "*Unified communication*", oggi le tecnologie per la comunicazione applicate in ambito lavorativo hanno permesso lo sviluppo di nuove soluzioni dedicate alla collaborazione di gruppo ("**workplace collaboration**"), intelligente, flessibile, continua e ubiqua.

Sempre collegato alla *workplace collaboration*, c'è anche il "**workspace messaging**", cioè l'insieme di quelle soluzioni tecnologiche che si basano sulla messaggistica in ambito lavorativo, professionale e aziendale: un'unica interfaccia per la video conferenza, per l'*unified communication* e il *workspace messaging*, all'interno di un mercato altamente competitivo, che vedrà confrontarsi giganti come Microsoft, Cisco, Google e Slack.

Gli **smartphone** continueranno a rappresentare una tecnologia molto amata dai consumatori di tutto il mondo, ma la saturazione del mercato porterà ad una diminuzione delle vendite, tranne che in Cina, India e nel continente africano. Le vendite riguarderanno principalmente le fasce alte (compreso il *luxury*) e quelle basse (*low cost*).

Certamente, guadagnerà posizioni nella lista delle tecnologie più gettonate del 2018 anche l'**intelligenza artificiale** (*artificial intelligence*). Presto arriveranno i primi device '*AI enabled*', cioè abilitati ai nuovi sistemi intelligenti legati alle scienze cognitive applicate all'ICT. Particolarmente coinvolte in questo campo saranno le startup della Silicon Valley.

Stesso discorso per la "**computer vision**" mainstream che riguarderà in ogni dispositivo dotato di fotocamera, dallo smartphone alla goPro, dalle webcam alle telecamere per il traffico e di videosorveglianza.

Avremo modo di assistere all'emergere delle **prime società con capitalizzazione di mercato superiore a 1000 miliardi di dollari**, come la Apple ad esempio (che oggi sfiora già i 900 miliardi di dollari), e all'annuncio del primo essere umano con un patrimonio netto superiore ai 100 miliardi di dollari, ad esempio **Jeff Bezos**.

Si moltiplicheranno anche le applicazioni per la **blockchain**, principalmente utilizzate nel settore finanziario, per le transazioni bancarie, e anche per il settore assicurativo.

Si calcola, inoltre, che **la metà della spesa pubblicitaria globale sarà spartita tra Facebook e Google** nel 2018.

Per chiudere, in questo nuovo anno di grande tecnologia e nuovi equilibri di mercato, in molti si aspettano una forte azione antitrust dell'Unione europea che, secondo diversi esperti, potrebbe colpire una delle cinque maggiori web company mondiali.

1 miliardo di utenti creeranno contenuti in realtà aumentata nel 2018

Sarà l'anno degli eventi live e degli eSports, lo smartphone lo useremo meno e meglio, mentre la tv perderà il suo pubblico più giovane a vantaggio delle piattaforme digitali di rete. Ecco il 2018 tecnologico secondo il nuovo Report Deloitte.

Inizia un nuovo anno e come al solito si tenta di individuare i possibili percorsi che l'innovazione tecnologica prenderà durante i prossimi mesi. Nel 17° **Rapporto annuale di Deloitte "Technology, Media & Telecommunications"**, si evidenziano alcuni trend tra quelli più emergenti e si scoprono delle novità molto interessanti in chiave di economia digitale.

"Le imprese sono finalmente pronte all'integrazione di tecnologie digitali avanzate, come il machine learning – ha spiegato in una nota Paul Sallomi, vicepresidente Deloitte - con l'obiettivo reale di accelerare l'innovazione per ottenere migliori risultati commerciali, sviluppare processi decisionali più rapidi ed efficaci e proporre sul mercato nuovi prodotti e servizi".

Secondo lo studio pubblicato a dicembre, **oltre 1 miliardo di utenti di smartphone svilupperanno contenuti in realtà aumentata** almeno una volta nel 2018, con una stima ulteriore: 300 milioni di loro lo faranno almeno una volta al mese e decine di milioni almeno una volta a settimana.

Bene anche l'**ad blocking**, cioè i sistemi più diffusi di blocco dei popup pubblicitari sui siti web. Tre americani su quattro ne fanno già uso, mentre il 10% addirittura ne utilizza 3 o 4 tipi diversi. Il 70% dei giovani tra i 18 ed i 24 anni, cioè i millennials, hanno dichiarato di utilizzare più forme di **ad blocking**, con maggiore frequenza rispetto alle classi di età più adulte.

Particolare importanza per i ricercatori sembra rivestire il mondo dell'intrattenimento, anzi, dell'**infotainment**, con il boom atteso per quest'anno degli **eventi live**, trasmessi in diretta in tv e in streaming online. Ogni giorno sono guardate dagli americani 1,1 miliardi di ore televisive relative ad eventi dal vivo, che per le media company significano **545 miliardi di dollari di ricavi**, tra abbonamenti e soprattutto pubblicità in tutte le sue forme.

La stessa cosa sta accadendo in altri Paesi, come la Cina ad esempio, dove il mercato del live streaming varrà nel 2018 quasi 4,5 miliardi di dollari (+86% sul 2016).

Altro grande settore atteso in forte crescita è quello degli **eSports**, che potrebbe arrivare a generare ricavi per 1 miliardo di dollari alla fine di quest'anno (nel 2015 i ricavi si sono attestati sui 325 milioni di dollari).

Aumenteranno anche i sottoscrittori di abbonamenti alle **piattaforme digitali** di musica, cinema, serie tv, eventi sportivi, spettacolo, quotidiani, riviste di settore e molto altro. A metà del 2018, il 50% degli adulti dei Paesi più sviluppati si sarà abbonato ad almeno due servizi accessibili esclusivamente online, mentre nel 2020 questo dato raddoppierà, arrivando a toccare la cifra di 680 milioni di contratti.

Gli **smartphone** hanno saturato il mercato molto rapidamente: ogni anno se ne vendono quasi 1,9 miliardi (5 milioni al giorno). Ormai più del 90% della popolazione mondiale ha un telefono mobile e lo usa in media 65 volte al giorno. Un mezzo che sta progressivamente sostituendo il classico Pc nella navigazione di internet e in quasi tutte le attività di rete: un quinto degli americani preferisce il telefono mobile per navigare.

Allo stesso tempo, secondo i ricercatori Deloitte, il 45% degli utenti di smartphone si dice preoccupato del cattivo uso del device, con l'intenzione di limitarne l'utilizzo nei prossimi 12 mesi.

Se è vero che gli eventi live in tv e online stanno crescendo in numero e pubblico, sembra altrettanto vero, secondo lo studio, che i giovani millennials abbiano invece deciso di abbandonare il tradizionale piccolo schermo (un calo compreso tra il 5 e l'11% l'anno) per favorire la visione di contenuti audiovisivi su smartphone e altri piccoli schermi di device digitali connessi in rete.

Il fenomeno riguarda gli Stati Uniti, la Gran Bretagna e anche il Canada. In questi paesi il declino della tv tra i più giovani è stato del 40% negli ultimi sette anni.

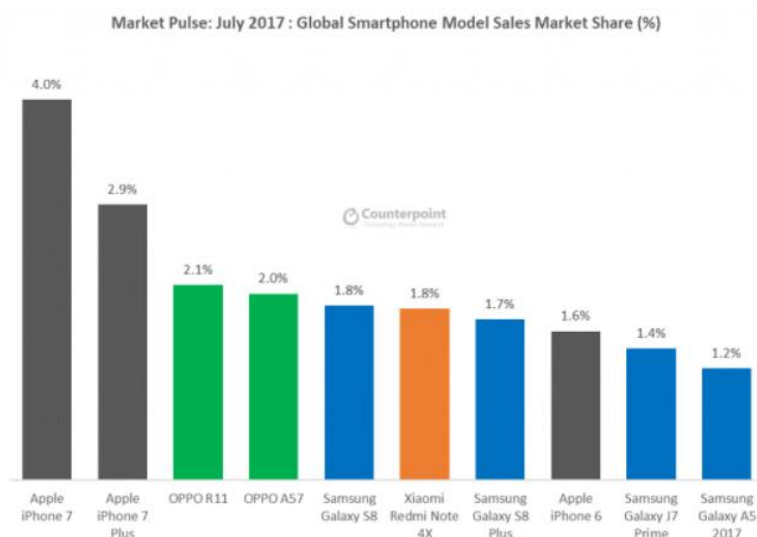
Ultimo, ma non meno rilevante tra i tech trends del 2018, è l'aumento dell'impiego di soluzioni per il **machine learning** a livello di grandi imprese e industrie, che raddoppierà durante l'anno nuovo grazie a software e chip di nuova generazione.

Gli smartphone più attesi del 2018

di Giordano Rodda, SosTariffe.it

Da Samsung a Apple, passando per gli immancabili dispositivi pieghevoli. Tutte le novità in cantiere per l'anno appena cominciato.

Non si sono ancora calmate le acque intorno agli ultimi **dispositivi mobili** usciti nel 2017, tanto che l'iPhone X, forse il modello più iconico dell'anno passato, è ancora piuttosto difficile da trovare (in ogni caso, per scoprire le **migliori offerte di telefonia mobile** e avere l'ultimo smartphone **Apple** o **Samsung** con l'acquisto a rate, basta consultare **SosTariffe.it**). Eppure è partita implacabile la corsa ai *rumor* per il 2018: il mondo dei telefonini non conosce tregua e già si parla del probabile **iPhone X Plus**, del mini-processore per l'intelligenza artificiale sul **Galaxy S9**, del primo frutto della collaborazione tra **Google e HTC** dopo l'acquisizione di quest'ultima e – immancabile – del *vaporware* per cui pare che ogni anno sia quello buono, salvo essere smentiti 365 giorni dopo: gli **smartphone pieghevoli**. Il tutto senza dimenticare gli altri dispositivi di cui si fa un gran parlare e che vedranno la luce nei prossimi mesi, non direttamente legati alla telefonia, come il visore della **Magic Leap**, il nuovo **Homepod** di Apple, l'**Oculus Go** firmato Facebook.



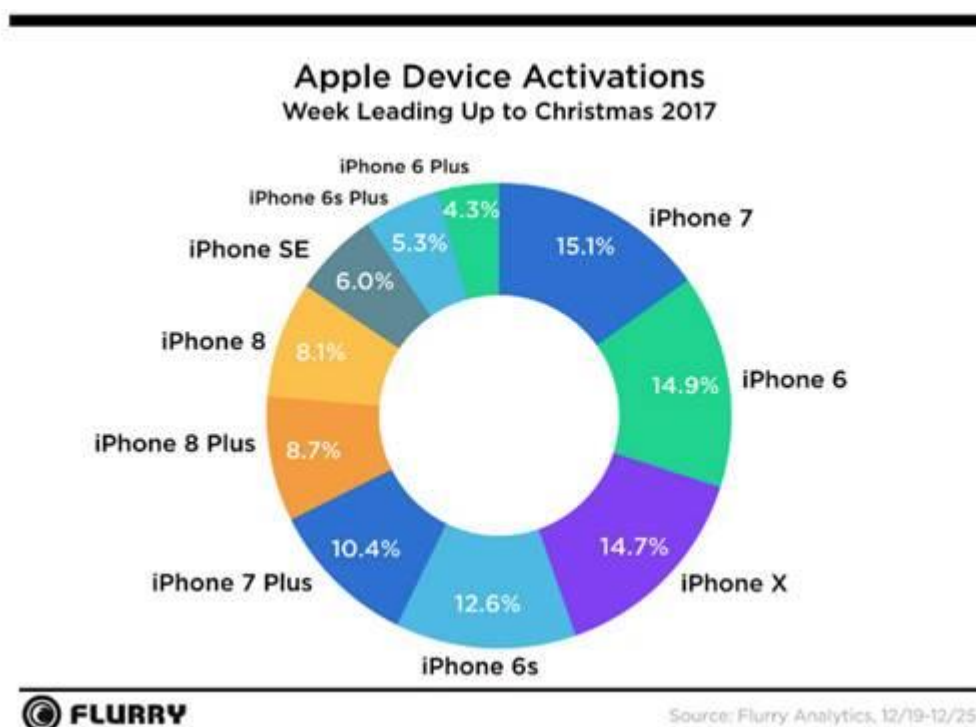
Il 2018 di Samsung

Il colosso sudcoreano ha già stabilito gli obiettivi di vendita nel 2018 per quanto riguarda il comparto smartphone: **320 milioni di dispositivi**, più o meno come nel 2017. Il “menu” di prodotti quest’anno comprenderà il **Galaxy S9**, l'**S9+** e il **Note 9**, anche se si rincorrono voci che parlano di un **S9 Mini** di dimensioni più piccole e un **Galaxy X pieghevole**. Visto il successo del **machine learning** e dell'intelligenza artificiale, i prodotti Samsung dovrebbero essere dotati di un **mini-processore** dedicato per renderli ancora più autonomi. Per quanto riguarda le specifiche, i nuovi Samsung monteranno degli **Snapdragon 845** e probabilmente avranno 6 GB di RAM, con prezzi non dissimili dai modelli precedenti. E non mancherà un nuovo sensore per il riconoscimento facciale che permetterà la **scansione in 3D del volto**, oltre probabilmente al **sensore per le impronte digitali sotto lo schermo**.

Almeno tre nuovi modelli per Apple

Apple dovrebbe continuare con il suo “doppio binario”: da una parte gli iPhone classici, con il **9** e il **9 Plus** in arrivo per il prossimo autunno, dall'altra l'ammiraglia di Cupertino, l'**iPhone X**, forse anche in versione Plus per chi non vuole fare a meno di uno schermo grande quasi come quello di un tablet ma con tutte le ultime novità, dagli **animoji** al **riconoscimento facciale** più avanzato in circolazione.

È possibile che Apple riesca, dopo il lancio un po' stretto nei tempi del modello precedente, a eliminare alcuni difettucci come la tristemente celebre **banda trapezoidale nera** che, soprattutto quando si usa lo smartphone in modalità landscape, risulta abbastanza fastidiosa. Infine il prezzo potrebbe venire un po' limato. Dopo il buon successo della prima versione potrebbe tornare anche l'**iPhone SE 2** (per gli utenti che, al contrario, amano la compattezza).



Continua il ritorno di Nokia

Dopo le ben note vicissitudini che hanno riguardato il marchio un tempo più celebre nel mondo della telefonia mobile, **Nokia** è tornata in pompa magna con modelli finalmente in grado di dire la loro e sfidare sullo stesso campo dei protagonisti assoluti come gli smartphone di Apple e Samsung. Il prossimo dispositivo che dovrebbe essere lanciato (nel primo quarto del 2018, pare) dovrebbe essere il **Nokia 9**: per lui si parla di una doppia fotocamera posteriore da 16 MP (con ottiche **Carl Zeiss?**), 6 GB di RAM, uno storage interno da 128 GB, una batteria da 3800 mAH e **scanner dell'iride** per l'autenticazione.

Pixel 3, da Google e HTC

Con una mossa non inaspettata ma che dimostra comunque la potenza di Mountain View, **Google** ha acquisito l'anno scorso **HTC**, sua collaboratrice storica; bisognerà vedere se continueranno a uscire smartphone con questo marchio oppure se tutte le risorse convergeranno sul nuovo Pixel, il 3. Se il Pixel 2 ha ancora suscitato qualche perplessità riguardo alle **dimensioni e l'aspect ratio degli schermi**, il modello successivo riuscirà sicuramente a risolverle, sempre puntando su vantaggi indubbi come una fotocamera di qualità eccezionale (e Android Oreo in tutta la sua originaria purezza come sistema operativo). Il **Google Pixel 3** dovrebbe anche offrire il primo "assaggio" di **Android P**.

Fotocamera tripla per Huawei?

Il 2017 è stato ricco di soddisfazioni per **Huawei**, che ha proposto ben 4 dispositivi di alta gamma: **P10, P10 Plus, Mate 10, Mate 10 Pro**. L'azienda continuerà su questa strada, presentando fra due o tre mesi (probabilmente al Mobile World Congress) il nuovo **P11**, sempre con il sostegno di Leica per ottiche invidiate dal resto del mondo smartphone. Gli ultimi *rumor* parlano addirittura di una **fotocamera tripla**, con **40 megapixel (!)** a disposizione sul retro e uno zoom 5x grazie al dual-lens e una fotocamera per i selfie da 20 megapixel. Più che legittimo avere qualche dubbio, ma si può essere sicuri che Huawei proseguirà anche con i suoi nuovi prodotti la strategia di puntare molto sulla qualità delle immagini realizzate con i propri smartphone. Al MWC ne sapremo sicuramente di più.

OnePlus 6 per superare il successo del 5T

L'**OnePlus 5T** è stato sicuramente uno degli smartphone più interessanti (e apprezzati) di fine 2017, e verso giugno dovremmo vedere il suo successore, l'**OnePlus 6**, che promette di essere ancora un connubio interessante di specifiche tecniche di tutto rispetto e costo tutto sommato abbordabile. Tra gli *improvement* più probabili ci sono la resistenza alla polvere e all'acqua più 8 GB di RAM, oltre ad **Android Oreo** e, sembra, un nuovo sistema dual-camera con fotocamera anteriore da 16 MP. Il prezzo dovrebbe rimanere **intorno ai 500 euro**, la metà (e qualcosa di meno) rispetto a un iPhone X.

I piani di LG

Ottimi smartphone, ma forse senza quel "qualcosa in più" che avrebbe permesso di distinguersi un po' dalla massa, il **G6** e il **V30** sono stati i prodotti **LG** per il 2017. In genere è probabile che l'azienda voglia scrollarsi di dosso una certa fama di aspettative tradite, con eccellenze impareggiabili da una parte (ad esempio per l'**amplissimo angolo di campo**, oppure il **DAC** dedicato per l'audio sul V30) e cadute di stile (la non eccelsa qualità dell'immagine). Si sa ancora molto poco di **G7** e **V40**, ma saranno di sicuro da seguire attentamente.

Fonti: theverge.com, stuff.tv, brecorder.com, gadgets.ndtv.com

CES 2018, i tech trend dalla fiera di Las Vegas

Apri i battenti il 9 gennaio il CES di Las Vegas, la fiera di riferimento dell'hitech globale fra smart home, realtà virtuale e mobile.

Apri i battenti il 9 gennaio il **CES** di Las Vegas, la fiera hitech più grande del mondo. Un'occasione per carpire i trend tecnologici del 2018, spulciando la lista dei partecipanti e i prodotti che saranno presentati in anteprima, anche se molti big preferiscono risparmiare il lancio di novità per eventi particolari organizzati ad hoc.

Il 2018 si preannuncia come un anno di transizione per i gadget tecnologici e sarà quindi presumibilmente dominato da prodotti e filoni hitech già presenti sul mercato. E' questo il caso delle connected homes, che caratterizzeranno anche il CES di quest'anno, sulle ali del crescente successo degli assistenti vocali Alexa Google Assistant. Mano glamour rispetto alla passata edizione è atteso da parte della Realtà virtuale (VR) e di quella artificiale (AR).

Smart home

La smart home ha dominato la scorsa edizione del CES e non ci sono mostra segni di rallentamento. Gli hub connessi come Amazon Echo e Google home hanno contribuito ad allargare le potenzialità di questo mercato e per questo è prevedibile la presenza di nuovi prodotti da parte di grossi player come August, Canary, Ring e Kwikset tutti presenti nella lista dei partecipanti alla kermesse.

Prevedibile anche la presenza di grossi player tradizionali del settore casa, che abbracceranno l'automazione per non perdere il passo con il progresso tecnologico, senza dimenticare LG e Samsung.

Microfoni intelligenti ovunque

Il 2017 è stato l'anno in cui Amazon e Google hanno aperto i rispettivi assistenti vocali a terze parti. Da qualche mese aziende come Sony e Jbl hanno lanciato le loro personali versioni di Echo e Home, con una qualità sonora migliore dell'originale in diversi casi. Quest'anno al CES arriveranno nuove versioni riviste e migliorate di assistenti vocali (LG ha già annunciato il suo Google Assistant) e forse anche una nuova versione di Cortana. Garmin ha da poco annunciato il nuovo Speak, plug in vocale per l'auto, in attesa di capire cosa bolle in pentola da parte di Google.

AR e VR

Per quanto riguarda la realtà virtuale e la realtà artificiale, questa edizione del CES sarà l'occasione per dare spazio alle versioni di terze parti, con particolare attenzione per le cuffie wireless. Qualcomm dovrebbe dire la sua su questo fronte, insieme con diversi partner.

Il Daydream di Google avrà la sua fetta di popolarità allo show, mentre Lenovo ha da poco incassato l'ok della Fcc per il suo nuovo headset, che potrebbe chiamarsi Mirage, che potrebbe quindi essere protagonista al CES.

Minor enfasi quest'anno per la realtà aumentata, pur in presenza di grossi player fra cui Sony, Zeiss e Kodak.

Wearables e Health

Un altro mercato di punta da sempre al CES è quello dei Wearables, che ha vissuto un 2017 movimentato fra ondeggiamenti dei consumatori indecisi fra prodotti di fascia alta ed economica e dilemmi di fronte al nuovo smartwatch.

Il 2018 sarà presumibilmente un altro anno di attesa e transizione per il mercato. Fitbit sarà presente al CES, anche se non si prevede il lancio di nuovi prodotti dopo il recente lancio dello Ionic.

Per il resto, non mancheranno certo produttori di vestiti che infileranno qualche sensore nel prodotto per renderlo hitech (l'anno scorso è stato quello delle magliette e delle scarpe connesse).

Mobile

Il CES non è mai stato un grande palcoscenico per smartphone e cellulari, tanto più che il Mobile World Congress di Barcellona avrà luogo fra un mesetto. Tutti i grandi produttori saranno comunque presenti, eccezion fatta per Apple. Detto questo, forse sarà presentato un nuovo smartphone con lo Snapdragon 485 e Sony potrebbe fare qualche annuncio di rilievo. Lo stesso vale per Huawei. Grande protagonista sarà il 5G con la presenza di Verizon, Qualcomm, Baidu, Intel e Samsung che useranno il nuovo standard come collante per parlare di IoT, auto senza conducente ecc.

E ancora

L'Automotive è diventato negli ultimi anni un'attrattiva crescente al CES e quest'anno ci saranno diversi produttori, fra cui Ford e Toyota. Poca robotica allo show, eccezion fatta per Roomba, una delle poche case che hanno fatto breccia nel cuore dei consumatori con il suo robottino tutto fare.

Le Tv saranno ovviamente presenti in tutte le loro versioni ultra HD, schermi super giganti 4K, 5K, 8K.

Lo stesso vale per i PC dall'iMac al Surface ecc.

Il futuro del marketing digitale, le previsioni per il 2018

Il 2017 è appena passato lasciando dietro di sé novità importanti per chi si occupa e lavora sul web. Ma quali saranno i digital trends più rilevanti e significativi del 2018?

Il 2017 si è appena concluso ed è tempo di scoprire cosa ci aspetta nel prossimo futuro per quanto riguarda i trend 2018 nel mondo del digital marketing.

AI e Big data

Siamo entrati nell'era dell'intelligenza artificiale e dei Big data. Queste tecnologie avranno un grande impatto nell'ambito del marketing sul web. Secondo **SalesForce**, vengono già utilizzate dal 57% dei marketers (che utilizzano tool dotati di AI) ed è prevista una crescita del 53% nel corso dei prossimi due anni.

Dalla raccolta dati, alla trasformazione dei dati in informazioni, all'azione finale: in ognuna di queste fasi si andrà a modificare, migliorare e rivoluzionare il modo in cui i professionisti si approcciano al marketing online.

Video

Il presente e il futuro dei contenuti e dell'advertising online sarà il formato video. **Google** continuerà ad aumentare la proposta di **YouTube** che consentirà a tutte le aziende di curare e promuovere facilmente i propri brand.

Il formato video è uno strumento di digital marketing molto potente e performante, dove grazie all'appeal visivo e all'interattività, permette di raccontare la brand history o di veicolare contenuti informativi con grande efficacia.

La novità per il 2018, però, sta nella diretta. Il 2017 è stato l'anno in cui i live video sono esplosi: da Facebook, a YouTube, a Instagram, il numero di video in diretta è in continua crescita.

Secondo dati ufficiali di Facebook i video in diretta registrano in media il +300% di visualizzazioni e commenti rispetto di altri contenuti video.

Insomma, conviene investire tempo e soldi per produrre video e fare dirette streaming, se vogliamo ottenere performance migliori nel settore dell'online advertising.

Facebook & Instagram

Nel 2018 ci sarà una maggiore attenzione agli annunci personalizzati attraverso i canali social di Facebook e Instagram.

Instagram con 600 milioni di utenti unici al mese è utilizzato prevalentemente da un pubblico femminile di età inferiore ai 35 anni. Un dato interessante da tenere in considerazione è che il 53% degli utenti iscritti segue almeno un brand.

Naturalmente, il video è la madre di tutti i contenuti su tutti i social media, ma in particolare in determinate piattaforme come Snapchat e Instagram - avere contenuti video originali da promuovere attraverso i social diventerà sempre più importante nel 2018.

Con la reach organica in caduta libera e l'algoritmo che, di fatto, ci obbliga a sponsorizzare i post, il nostro modo di approcciare Facebook è già cambiato.

Negli ultimi anni ci si adoperava per creare piani editoriali sensazionali: testi, immagini, video, che catturassero l'attenzione, al fine di aumentare l'engagement rate. Oggi il piano editoriale ha ancora un'importanza strategica, ma è ormai tassativo associare ad esso un budget da spendere in promozione.

Rispetto agli anni del boom, infatti, i social si stanno trasformando in canali pubblicitari da inserire all'interno di un media mix che richiede una pianificazione sempre più accurata, con una complessità crescente.

eCommerce

Il 2018 sarà per **Amazon** un anno molto importante dove soprattutto continuerà ad espandersi a macchia d'olio.

La compagnia americana di Seattle offre un'esperienza lato utente incredibile. Recensioni, similars, resi gratuiti, sono tutte caratteristiche che danno alla piattaforma un vantaggio enorme rispetto agli altri retailer, ma ciò non significa che le aziende non si possano allineare a questi stessi canoni.

Le aziende che vedranno una crescita nel 2018 saranno quelle che riusciranno a migliorare l'esperienza online ed offline, sempre in un'ottica omnicanale, di cui abbiamo parlato, dove il cliente e la sua experience è al centro della strategia.

Ricerca Vocale

La Voice Search è tra i principali trend del 2018 e si basa sul riconoscimento vocale e sulla capacità di un motore di ricerca di tradurre il linguaggio naturale in una richiesta di un utente.

Stando ai dati **Gartner**, molte persone soprattutto adolescenti già utilizzano la ricerca vocale nel quotidiano e le nuove tecnologie audio-centric, come **AirPods di Apple**, **Home page di Google** ed **Echo di Amazon**, si basano sulle interazioni "voice first".

Cercare un'informazione attraverso la propria voce è effettivamente molto diverso dal digitare la stessa richiesta: le interazioni vocali semplificano, velocizzano ed estendono l'esperienza web a molteplici attività.

Attualmente la ricerca vocale è presente praticamente ovunque: telefoni, laptop, tablet, computer, stando alle stime, entro il 2020 il 50% di tutte le ricerche sarà probabilmente una ricerca vocale.

Content Marketing

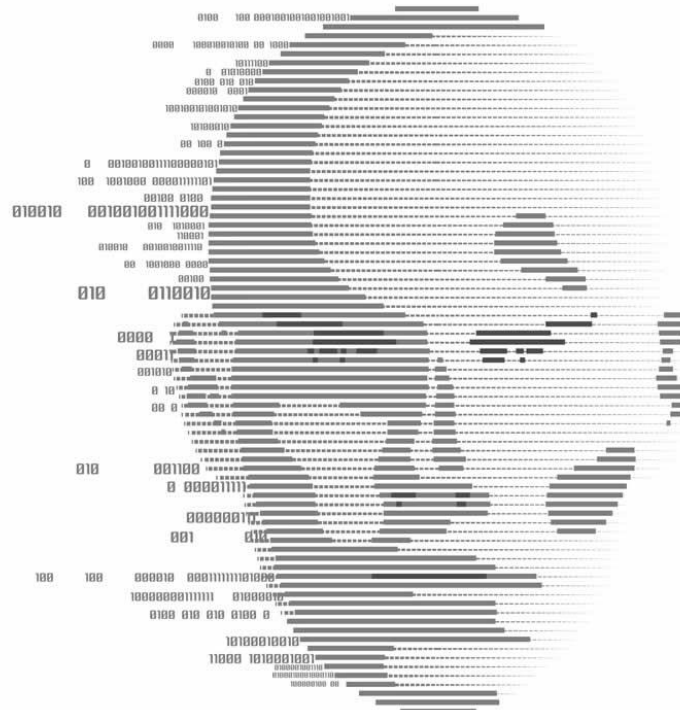
E' sempre più essenziale per le aziende creare un'esperienza unica con l'utente: partendo dai dati ottenuti (lead generation, App, analisi del percorso Web) ciò che creerà il vero vantaggio competitivo nel 2018 sarà sempre più il valore dei contenuti di qualità. Secondo il dato pubblicato da Smartinsights lo scorso anno, il 70% delle persone preferisce conoscere un brand attraverso un articolo invece che attraverso un annuncio.

Attenzione però, quando parliamo di content marketing ci riferiamo a tutte le comunicazioni digitali, dall'ottimizzazione dei motori di ricerca ai social, all'e-mail marketing, alla creazione di contenuti per il sito web, ai podcast, i white paper, le infografiche, le landing page. Ma se è vero che il content marketing produce più lead ed è più economico di molte altre forme di marketing, è altrettanto vero che farlo bene è tutt'altro che semplice.

Occorrono quindi un approccio strategico, pianificazione, costanza, contenuti di qualità, unici, condivisibili, di valore, e che creino consapevolezza del marchio, familiarità e intenzione all'acquisto.

INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Dagli assistenti vocali alla realtà aumentata, l'intelligenza artificiale è sempre più presente nelle nostre vite di tutti i giorni, con device sempre più adattabili e in grado di apprendere cose nuove sui nostri gusti man mano che ci stanno vicino in casa e al lavoro, dal salotto della nostra abitazione all'ufficio. Dal gaming al mondo della sanità, l'AI promette di aiutarci in tutte le nostre attività, con particolare attenzione per le applicazioni in campo medico e l'assistenza a distanza.



Intelligenza artificiale, le tre applicazioni più gettonate del 2018

Medicina, realtà aumentata e assistenza vocale: così l'AI si mostrerà a noi quest'anno, migliorando e aumentando le nostre esperienze come pazienti, clienti e cittadini.

Il 2017, per certi versi, è stato l'anno in cui è emersa definitivamente come “*disruptive technology*” l'**intelligenza artificiale** (o AI, dall'inglese *artificial intelligence*).

Una tecnologia che secondo alcuni trasformerà in maniera radicale e profonda le nostre vite, come poche altre prima nella storia.

Una tecnologia dunque *disruptive* per un mercato mondiale in rapida crescita. Nel 2017, l'AI ha registrato ricavi per 2,4 miliardi, secondo dati Statista, mentre per il 2018 si stima possa raggiungere quasi il doppio del valore, cioè 4,1 miliardi di dollari (60 miliardi di dollari stimati nel 2025) grazie ad un tasso di crescita annuo calcolato da OrbisResearch superiore al 35%.

Rimane da capire quali possano essere gli sviluppi più probabili per l'AI. A partire dal 2018, secondo un articolo scritto per BWDIsrupt da Madhav Krishna, esperto di cognitive science applicate alle tlc e l'ecosistema digitale, sono tre i possibili percorsi della tecnologia in questione.

Applicazioni in ambito medico e sanitario

Grazie al **deep learning**, l'enorme flusso di dati a disposizione (*big data*) e i nuovi modelli elettronici di simulazione delle reti neurali del cervello umano, è progressivamente aumentato l'utilizzo di tecnologie di **computer vision** (CV), branca dell'AI dedicata al riconoscimento artificiale delle immagini.

Il *deep learning* è oggi già usato, ad esempio, nelle auto e i veicoli a guida automatica (per il riconoscimento da parte del sistema delle immagini comunicate dalle telecamere anteriori e posteriori).

Stessa cosa in ambito medico, a scopo diagnostico, per lo studio delle immagini prodotte dalla risonanza magnetica ad esempio, con l'obiettivo di visionare e studiare centinaia, migliaia di immagini al giorno, contro le 20 appena che in media potrebbe visionare nell'arco di una giornata lavorativa un medico.

Realtà aumentata

Anche la realtà aumentata (o AR, dall'inglese *augmented reality*) trova larga applicazione nella CV. Ci sono già gli occhiali Microsoft per guardare il mondo in maniera aumentata, cioè con l'aggiunta di oggetti e dati che ne esplicitano meglio e nel dettaglio le componenti di base, **arricchendo infinitamente la percezione sensoriale umana della realtà** che abbiamo di fronte.

Attraverso gli occhiali noi possiamo manipolare digitalmente questa realtà e i suoi oggetti, creando nuovi panorami interattivi, utili sia per il mercato del *gaming*, sia a livello didattico e medico/scientifico.

Saranno numerose le applicazioni AR in diversi settori economici, scientifici, culturali, sociali e militari nei prossimi anni.

Assistenti vocali

Siri di Apple e *Alexa* di Amazon ne sono degli esempi piuttosto chiari, i **voice-powered assistant** (assistenti vocali virtuali) hanno già fatto la loro comparsa sul mercato e in qualche modo noi stessi, chi più, chi meno, ne abbiamo già fatto esperienza.

Ora, con il 2018, ci dobbiamo attendere un loro utilizzo maggiore, in più settori (non solo nelle telecomunicazioni e il web).

Ci faranno sempre più compagnia, dando voce all'intelligenza artificiale e i suoi oggetti intelligenti. Grazie ad essi potremmo ordinare pizze mentre lavoriamo (senza dover prendere in mano il telefono, usando solo i microfoni ambientali della smart home, o dell'ufficio iperconnesso), o potremmo dialogare con gli uffici delle tasse, o ancora con un professore virtuale di ingegneria elettronica in un corso online.

E proprio nel settore della formazione superiore, gli assistenti vocali sembra svolgeranno un ruolo molto rilevante, aiutandoci a capire come acquisire maggiore conoscenza e, sul posto di lavoro, raggiungere maggiore produttività.

Intelligenza artificiale, 8 mosse per trasformare le città USA entro il 2030

Trasporti, robotica, sanità, istruzione, lotta alla povertà, sicurezza pubblica, lavoro e occupazione, intrattenimento, questi i settori strategici dove l'AI lavorerà per realizzare i progetti smart city negli Stati Uniti.

Ogni cinque anni un panel di esperti valuta lo [stato dell'arte dell'intelligenza artificiale](#), senza dimenticare i possibili scenari futuri. L'ultimo si è riunito alla Stanford University, cercando di individuare le possibili evoluzioni a livello di aree metropolitane, alla luce delle soluzioni offerte dalla trasformazione digitale (DX).

In questo caso si parla di **smart cities**, o meglio, di **percorsi di innovazione digitale applicati ai nostri centri urbani da qui al 2030**. Gli esperti che componevano il panel (tra discipline economiche, politiche, sociali, giuridiche e certamente informatiche) hanno lavorato ad un Report dedicato all'impatto dell'intelligenza artificiale sulle città degli Stati Uniti entro una quindicina di anni circa.

Otto le aree che gli esperti hanno considerato strategiche per l'impiego dell'AI nella DX urbana: trasporti, robotica, sanità, istruzione, ottimizzazione delle risorse disponibili, sicurezza pubblica, lavoro e occupazione, intrattenimento.

Trasporti

La velocità con cui l'AI sarà integrata con i trasporti pubblici (e privati) sarà notevole, tanto da sbalordire i cittadini, secondo l'articolo di Edd Gent pubblicato l'anno scorso su Singularity Hub. I veicoli a guida autonoma saranno ampiamente adottati entro il 2020 e avremo non solo automobili, ma anche camion per e droni per le consegne e la logistica, a cui si aggiungono i robot personali.

L'auto privata come servizio (*Car as a Service*), che potremmo assimilare al servizio Uber, rimpiazzerà il concetto di automobile di proprietà. Si prenderà l'auto solo se serve e in modalità *on demand*. In questo modo, tra condivisione e guida automatica, si riducono i costi per il cittadino e si moltiplicano le occasioni per ampliare la rete di contatti e per impiegare meglio il proprio tempo invece di guidare, come ad esempio leggere, studiare e lavorare (oppure riposare).

Diminuisce così lo spazio urbano destinato ai parcheggi e quello per la mobilità privata, da poter riutilizzare per migliorare la qualità della vita in città. In più, grazie alla montagna di dati generati dai sensori disposti lungo le strade urbane (e nelle auto stesse), le amministrazioni pubbliche potranno contare su un gran numero di dati (big data), tali da consentire lo sviluppo di applicazioni apposite, nonché la riorganizzazione dell'intera rete viaria cittadina, prendendo in considerazione preferenze, movimenti e necessità dei cittadini, tali da ridisegnare la mappa concettuale stessa della smart city.

Gli uomini, in questo scenario, non saranno licenziati dal partecipare alla gestione e al coordinamento della nascente smart mobility, tutt'altro. Gli algoritmi che sottostanno all'apprendimento dell'AI necessitano la partecipazione degli uomini al processo di crescita delle macchine.

Robot domestici e di servizio

Entro 15 anni sarà normale osservare robot che lavorano in ufficio e che poi saranno sostituiti da altri robot identici per le pulizie finali. Grazie ai chip di nuova generazione, la capacità di elaborazione installata a bordo delle macchine sarà drasticamente più elevata.

I robot connessi al cloud condivideranno in tempo reale qualsiasi informazione utile a migliorare il lavoro di squadra e accelerare l'apprendimento. Efficaci sensori 3D a basso costo renderanno più veloce lo sviluppo high-tech nel campo delle tecnologie percettive, mentre i progressi nel linguaggio delle interfacce uomo-macchina migliorerà anche il rapporto tra esseri umani e robot.

Assistenza sanitaria

Più complessa la questione AI nel mondo della sanità. Perché qui il ruolo centrale lo gioca la regolamentazione più che la tecnologia. Da un punto di vista della tutela dei dati personali, sfruttare l'AI per le cure mediche significa mettere mano su dati sensibili e violare la privacy del cittadino.

Anche se i vantaggi di un'automazione della diagnostica sarebbero tanti per il paziente, è vero anche che il paziente stesso si trasforma in una miniera di dati da scavare.

I nostri dati sarebbero sistemati in cartelle elettroniche, generati e archiviati temporaneamente nei device indossabili, moltiplicati dalle applicazioni mobili, con un assistente virtuale che ogni volta interrogato ci recupererebbe le informazioni di cui abbiamo bisogno. Per raggiungere questo obiettivo si devono inoltre istruire gli algoritmi per l'apprendimento automatico al servizio del personale medico.

Ulteriori servizi al paziente, offerti dai robot, potrebbero essere sia quelli utilizzabili in sala operatoria, ad esempio, con operazioni semiautomatiche di supporto al team di chirurgia, sia quelli dedicati all'assistenza ad anziani e disabili, per la deambulazione, con sedie a rotelle automatizzate, esoscheletri potenziati e sostegni per la camminata, più un'ampia famiglia di robot che aiuteranno le persone con limitazioni di varia natura a muoversi in casa e fare qualsiasi tipo di lavoro, allungandone i tempi di autonomia.

Istruzione/formazione

Studio in aula e apprendimento personale potrebbero quasi essere la stessa cosa. La linea di demarcazione tra questi due modelli formativi diverrebbe via via più labile. Lo studente e il lavoratore potranno alternare l'aula ai corsi online, programmando gli studi in base alle proprie necessità e capacità con un assistente virtuale.

Anche qui stesso discorso, grazie all'AI avremo a disposizione una grande mole di dati su cui basare ulteriori programmi di ricerca dedicati all'affinamento delle tecniche di insegnamento e lo sviluppo di nuove soluzioni e servizi (si pensi all'integrazione di realtà virtuale e aumentata, assieme a nuovi schermi digitali, alle normali attività didattiche).

Grazie all'apprendimento online si avrà un accesso allo studio più semplice e diretto, garantendo ad un maggior numero di persone la possibilità di studiare, formarsi e riqualificarsi per garantirsi un futuro migliore.

Contro povertà ed esclusione sociale

Continuando a seguire il ragionamento dell'autore, contro ogni attesa, nel 2030 l'AI ci consentirà di vivere una vita assolutamente migliore di quella attuale. Futuri distopici, disoccupazione di massa,

povertà, scarso accesso alle risorse primarie, esclusione sociale, saranno solo un brutto ricordo legato a vecchi libri e film.

Grazie all'analisi predittiva, infatti, avremo modo di allocare meglio le risorse sul territorio urbano e tra le diverse fasce sociali, aiutando chi più ha bisogno, non lasciando indietro nessuno. Ad esempio, l'AI potrebbe coordinare e gestire in automatico la raccolta dei cibi in eccedenza nei circuiti della ristorazione e ridistribuirli tra i più poveri, o anche ai rifugiati, il tutto prima che gli alimenti di deteriorino.

L'unico problema, ricorda Gent, è che in questo settore della smart city e dell'AI gli investimenti sono davvero pochi, quindi i benefici promessi stenteranno a palesarsi nel 2030.

Sicurezza fisica e cyber

Di certo, l'AI sarà ampiamente sfruttata per elevare il livello di sicurezza pubblica in città e di cyber sicurezza di strutture e infrastrutture, fisiche e virtuali. Le immagini della video sorveglianza saranno gestite direttamente da un soggetto virtuale, che le raccoglierà a al momento del bisogno ne elaborerà informazioni utili.

Appena saranno intercettati comportamenti anomali (ancor prima che criminali) scatteranno gli allarmi e partirà subito l'azione delle forze dell'ordine, anch'esse dotate di nuovi sistemi elettronici e dispositivi sempre connessi in rete per comunicare con l'AI.

Tra i più fiduciosi c'è anche chi prospetta una maggiore capacità predittiva dei fenomeni criminali, riducendo al minimo errori e comportamenti inadeguati delle stesse forze dell'ordine.

Lavoro

Se c'è un altro settore particolarmente investito dall'esplosione dell'AI è proprio quello del mondo del lavoro. Qui si avveriranno i massimi effetti, soprattutto tra finanza, industria, consulenza, comunicazione, amministrazione contabile e generale.

Le organizzazioni, soprattutto le più grandi, potranno ridurre notevolmente la forza lavoro ampliando nello stesso tempo funzioni e competenze.

Diciamo che l'AI non sostituirà i posti di lavoro fisici, producendo i tanto temuti disoccupati tecnologici, ma si approprierà delle funzioni proprie di un mestiere (che secondo alcuni è la stessa cosa), contando sul fatto che l'occupato sarà riposizionato all'interno dell'organizzazione (a fare che però non si sa).

Contemporaneamente potrebbero accadere due cose: da una parte diminuirebbe il costo di beni e servizi, dall'altra invece ci sarebbe un taglio agli stipendi e quindi un ridimensionamento dei redditi. Due aspetti che chiamano certo in causa i Governi, anch'essi attori di questa trasformazione con il compito di prevenire le storture del sistema, di adeguare gli stipendi al costo della vita e di riassorbire gli esuberanti tecnologici.

In poche parole, quella che serve è una politica sociale più ampia e concreta, che sappia intervenire nel caso di difficoltà, del singolo come della comunità (si pensi alla misura del reddito di base garantito).

Intrattenimento

Ultimo in scaletta, ma allo stesso tempo fondamentale per il nostro tempo personale, sociale e ricreativo: l'intrattenimento. Nelle città americane del 2030 questo sarà inteso come soggettivo, di qualità e assolutamente personalizzato.

Realtà virtuale e robot saranno gli attori principali di questa nuova avventura. Gli utenti potranno interagire con l'AI, sviluppando nuovi giochi, nuovi programmi, nuovi contenuti.

I dati, raccolti in questo modo e sui social network, consentiranno alle media company di offrirci quanto desideriamo in termini di esperienza online, digitale e virtuale.

Cosa quest'ultima che già ora allarma molte associazioni di consumatori e la comunità degli studiosi: le macchine seguiranno i nostri gusti o ne creeranno di nuovi, rendendoci dipendenti e prevedibili?

Dove arriverà l'intelligenza artificiale nel 2018?

Anche se alcuni guru della tecnologia amano concentrarsi sulle previsioni futuristiche sul machine learning e auto senza conducente, si pensa che con tutta probabilità ci sarà una crescita della IA nelle seguenti cinque aree nel 2018.

Durante il 2017 è stato difficile sfuggire alle previsioni su intelligenza artificiale e le modalità in cui stava per cambiare il mondo, ma con l'inizio del nuovo anno, la vera grande domanda è: quanto più lontano andrà l'intelligenza artificiale?

Machine learning per elaborazione dati

Tutti gli indicatori mostrano che gli investimenti nello sviluppo e nell'integrazione dell'AI e, in particolare, del machine learning, stanno continuando a crescere.

Il 2018 potrebbe fornire un flusso continuo di passi in avanti soprattutto nell'uso delle tecnologie per i big Data.

Con la costante crescita dei dati prodotti dall'Internet of Things (IoT), le aziende si rivolgeranno al machine learning per analizzare ed elaborare le informazioni.

In effetti, l'intelligenza artificiale per l'apprendimento automatico non sarà solo un piacere nel 2018; sarà un must-have. È l'unico modo in cui le aziende potranno dare un senso al prezioso flusso di dati, sia strutturati che non strutturati, che posseggono.

Aumenterà l'utilizzo dei Chatbot

Gli esseri umani semplicemente non riescono a stare al passo con la velocità con cui la tecnologia e le richieste dei clienti si muovono.

Ecco perché sempre più aziende si stanno muovendo per sfruttare la potenza dei Chatbot e di altri assistenti virtuali per gestire il flusso di lavoro quotidiano.

Si stima che circa l'85% delle interazioni con i clienti sarà gestito dall'IA entro il 2020 da parte delle aziende.

Nel breve termine, vedremo probabilmente una maggiore attenzione sulla precisione dei robot, che permetterà alle persone di scaricare più lavoro sulle spalle di chatbot.

Ma non solamente per una questione di lavoro; **Alexa** di **Amazon** ha recentemente iniziato la sincronizzazione con **Outlook** e **Google** per aiutare persone e famiglie nel quotidiano, come ad esempio rispondere ai messaggi o alle chiamate senza mai avvisare il mittente che è un bot a rispondere.

Gli assistenti vocali saranno più precisi

L'avete presente quella sensazione di disagio e frustrazione perché **Siri** non ha capito il vostro messaggio?

Bè, tutto questo nel nuovo anno potrebbe sparire. L'ipotesi è che riusciremo finalmente a gestire la tecnologia conversazionale nel 2018, includendo non solo la sensibilità emotiva, ma anche la tecnologia traslazionale che ci consente di comunicare senza problemi tra una persona ed una macchina.

Inoltre, **Amazon** sta già allenando **Alexa** a riconoscere i modelli di discorso che potrebbero essere indicativi del suicidio. Alla fine nel giro di pochi anni, gli assistenti vocali potranno essere in grado di

eseguire consulenze psichiatriche o fungere da rete di supporto per coloro che si sono persi da qualche parte.

La Smart Automation continuerà a crescere

Avete notato come funzionano gli ordini su Amazon? Quando acquisti regolarmente dei prodotti ogni tot di giorni, Amazon in realtà ti propone automaticamente gli ordini per pianificare le consegne regolari di questi articoli, che si tratti di prodotti per la casa, biancheria o cibo per cani, su base settimanale o mensile.

Cioè in poche parole, ti propone già il carrello pieno con tutta la merce che compri regolarmente, e a te resta solamente il compito di premere il pulsante 'Compra'.

Proprio come l'intelligenza Artificiale ha già scosso l'industria del marketing con la sua capacità di personalizzare le campagne e persino di modificarle in tempo reale, continueremo a vedere l'IA portare la Smart Automation in una gamma ancora più ampia di settori, dalla consegna del prodotto, all'automotive, fino ad arrivare al risparmio energetico e molto altro.

L'adozione dell'intelligenza artificiale continuerà a crescere

Tutto questo sviluppo ci porta a sottolineare il fatto che l'intelligenza artificiale non sta andando da nessuna parte. In effetti, mentre la tecnologia continua a perfezionarsi, gli ingegneri stanno trovando usi ancora più grandi per questo, in tutti gli aspetti della nostra vita.

Sì, i robot o i droni che consegnano pacchi sono fantastici. Ma le cose che stiamo vedendo ora - e nel 2018 - sono forse altrettanto sorprendenti.

Questa tecnologia ha il potere di sottrarre gran parte del lavoro pesante al nostro lavoro quotidiano e ad aiutarci nelle nostre vite personali - qualcosa che fino a qualche anno fa praticamente non esisteva.

NEW MEDIA

*Nel 2018 gli OTT si sfideranno a colpi di piattaforme di videostreaming on-demand. Non solo **Netflix** e **Amazon**. Entrerà in gioco negli Usa l'operatore via cavo **Comcast** e su scala globale **Apple** e **Disney**. Dunque la parola chiave dell'anno è il video anche per i social network. Video (brevi), format per lo smartphone e annunci personalizzati: sono questi i trend per chi vuole utilizzare efficacemente i social media per fare business.*

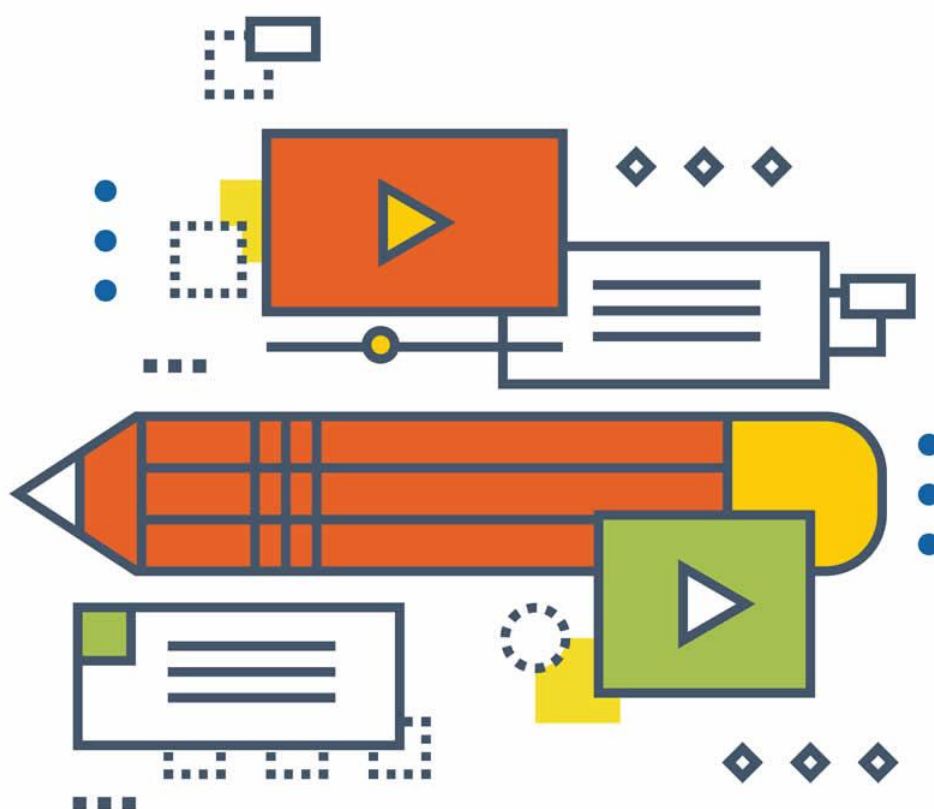


FOTO CREDITS SHUTTERSTOCK – © DIRITTI RISERVATI

Social media nel 2018, i 6 must per le aziende

Video (brevi), formati per lo smartphone e annunci personalizzati: sono queste le parole d'ordine per le aziende che vogliono utilizzare efficacemente i social network.

Come si può catturare l'attenzione di un cliente-consumatore che naviga sui social network principalmente dallo smartphone? In due modi: attraverso i video, più sono brevi più sono efficaci, e con inserzioni pubblicitarie realizzate ad hoc per essere fruiti sui dispositivi mobili. Ecco allora i trend del 2018 da seguire per le aziende che vogliono usare efficacemente i social network.

Il video sarà sempre più il contenuto più visto

Il video piace agli utenti perché immediato e di più facile fruizione rispetto al testo scritto, così viene 'premiato' anche dagli algoritmi dei social network che posizionano in testa al News Feed i contenuti video. Lo confermano i dati: nel 2017, il 90% di tutti i contenuti condivisi sui social media è stato video. E più del 60% delle riproduzioni video sarà sul cellulare entro la metà del 2018, secondo le previsioni di Ooyala, azienda specializzata in software e servizi per lo streaming e la monetizzazione dei video.

Dunque nel 2018, la diffusione dei contenuti video aumenterà sensibilmente e gli inserzionisti seguiranno questa tendenza. Il video è il formato in più rapida crescita al mondo e raddoppia di anno in anno. Si prevede che entro il 2020 rappresenterà l'80% di tutto il traffico internet. Alla Social Media Week di Londra 2017, la Creative Strategist di **Facebook**, **Kat Hahn** ha avvertito: "*Non fare video brevi non è un'opzione*". Decodificando il messaggio si capisce che la strada da seguire è produrre video brevi per veicolare qualsiasi tipo di messaggio, da quello istituzionale a quello commerciale.

Perché video brevi?

I primi tre secondi di un video sono cruciali. In questo lasso di tempo la curva dell'attenzione del consumatore-social è alla massima altezza, per cui i primi *frame* devono essere concepiti e montati con creatività e professionalità. Infatti un'altra parola chiave di quest'anno è la competenza: i brand si sfideranno a colpi di social soprattutto attraverso video accattivanti e ben confezionati, rispetto alla migliore offerta di acquisto. Nel 2018 vende chi emoziona con il videomarketing, non chi vende al prezzo più conveniente.

Realizzare contest in diretta sui social

Brand e *digital marketer* nel 2018 sfrutteranno ancora di più gli innumerevoli vantaggi offerti da **Facebook Live** e **Instagram Stories**. Per esempio l'ha già capito il produttore di zaini **GORUCK** che, utilizzando Facebook Live per trasmettere un contest di 48 ore, ha aumentato significativamente l'*engagement* perché la gara è stata vista in diretta da migliaia di follower.

Le storie su Instagram 'pagano'

Nonostante abbiamo un solo anno di vita, le 'Storie' di **Instagram** sono già utilizzate da più di 200 milioni di persone ogni mese - più di 50 milioni di utenti in più rispetto a **Snapchat**, il pioniere originale del formato di storie sui social media. Il 2018 vedrà le Storie di Instagram crescere ancora

più: in questi casi per le aziende c'è la possibilità di creare uno spot 'mordi e fuggi', perché questo formato dura davvero una manciata di secondi.

Personalizzare i formati

Nel 2018, saranno sviluppati ulteriori *tool* che forniscono gli insights dei canali social per permettere ai brand di personalizzare il più possibile la comunicazione pubblicitaria attraverso nuove modalità di racconto. *Storytelling* innovativi conquistano di più i Millennial, target importante per le aziende: infatti circa l'84% dei giovani non si fida della pubblicità tradizionale, mentre sono più attratti e influenzabili da un approccio più *soft-selling* e targettizzato.

Il targeting per dispositivi mobili

Quasi tutti i social media sono ora accessibili tramite dispositivo mobile. Facebook ottimizza ancora la sua esperienza desktop, ma la maggior parte delle energie del team è concentrata sulla fruizione dai dispositivi mobili. Secondo le previsioni entro il 2020 il 59% degli utenti statunitensi accederà a Facebook esclusivamente tramite cellulare e già da ora l'80% delle entrate pubblicitarie per il social network proviene da annunci per smartphone.

Dunque il 2018 sarà ancora di più *mobile first, mobile video first*.

Addressable Tv, nel 2018 come cambiano gli annunci pubblicitari sulla Tv digitale

L'Addressable TV è una modalità di erogazione di annunci pubblicitari sulla TV digitale che permette di mostrare annunci specifici, diversi da famiglia a famiglia, in tempo reale. Google la sta già sperimentando. Nel 2018 sarà un trend.

L'Addressable TV è una modalità di erogazione di annunci pubblicitari sulla TV digitale che permette di mostrare annunci specifici, diversi da famiglia a famiglia, in tempo reale, in base alle caratteristiche del nucleo familiare, attraverso una combinazione di tecnologie di erogazione di contenuti pubblicitari e di analisi e segmentazione dell'audience.

Oggi la TV digitale consente di segmentare gli utenti in base alle loro abitudini di fruizione effettiva dei programmi televisivi. Se i dispositivi utilizzati per accedere ai programmi TV sono connessi a Internet (es. Smart TV, Set Top Box, tablet, smartphone o PC), le moderne tecnologie di tracciamento, simili a quelle utilizzate sui siti web, permettono di sapere in tempo reale quali programmi guarda ogni singolo nucleo familiare, e di servire annunci pubblicitari targettizzati, coerenti con il profilo derivato dalle abitudini di consumo.

In sostanza, i brand inizieranno a non acquistare più spazi pubblicitari all'interno di un programma in base al target genericamente associato a quel programma, bensì in base alle caratteristiche del nucleo familiare e, allo stesso tempo, in base ai contenuti coerenti con il target. La segmentazione dell'audience si basa su caratteristiche geografiche, demografiche e comportamentali e/o sulle preferenze dichiarate dagli utenti.

Spot in tempo reale e personalizzati, Google lo sta già facendo

In realtà, questo sta già accadendo. **Google** sta fornendo la tecnologia di pubblicazione degli annunci in tempo reale e personalizzati per la serie **Star Trek** in onda sulla piattaforma **All Access** della **CBS**, che ha 2 milioni di abbonati. Big G pubblicherà anche annunci per **CW**, **AMC**, **Lifetime** e **Bloomberg**.

Presumibilmente, Google utilizza la sua esperienza derivante dall'acquisizione di DoubleClick per pubblicare annunci TV nello stesso modo in cui pubblica annunci video online, tramite offerte in tempo reale e targeting basato sulle persone. **SlingTV** ha anche offerto acquisti in tempo reale durante il torneo di basket NCAA a marzo e aprile.

Dunque il cambiamento è nell'aria.

L'Addressable TV è il primo passo verso la Programmatic TV, che permette di offrire un'inventario televisiva digitale in tempo reale e a valore più alto, misurando l'efficacia.

Fiction 2018, il calendario completo di Rai, Mediaset e Sky

Ecco l'elenco delle serie tv più attese nel 2018 su Rai, Mediaset e Sky.

Sarà una stagione televisiva ricca di appuntamenti quella del 2018 e a tenere banco nei palinsesti sono soprattutto le fiction. **Rai, Mediaset e Sky** calano veri e propri assi nella manica, offrendo una programmazione piena di grandi novità e attesissimi ritorni.

Fiction Rai

Romanzo Familiare - Dall'8 gennaio su Rai 1, 6 puntate per la regia di Francesca Archibugi. Nel cast Vittoria Puccini, Guido Caprino, Fotinì Peluso, Marco Messeri, Anita Kravos, Andrea Bosca, con la partecipazione di Anna Galiena e Giancarlo Giannini.

Don Matteo - Dall'11 gennaio su Rai 1, l'undicesima stagione della fortunata fiction con Terence Hill nei panni di un prete-detective. Nuovi gialli da risolvere, un cast rinnovato e qualche vecchia conoscenza.

Rocco Chinnici - Dal 23 gennaio su Rai 1, la fiction che racconta la storia del magistrato Chinnici, ucciso dalla mafia, interpretato da Sergio Castellitto. La regia è di Michele Soavi.

Il principe libero - Dal 12 febbraio su Rai 1, il biopic in 2 puntate su Fabrizio De André, interpretato da Luca Marinelli. Nel cast Valentina Bellè, Elena Radonicich e Ennio Fantastichini. La regia è di Luca Fiacchini.

Il cacciatore - Dal 14 febbraio su Rai 2, la fiction sulla lotta alla mafia negli anni '90. Protagonista delle 6 puntate il magistrato Alfonso Sabella, interpretato da Francesco Montanari.

Montalbano - Dal 19 febbraio su Rai 1, due nuovi episodi della fortunata fiction con Luca Zingaretti ispirata ai romanzi di Andrea Camilleri.

Rocco Schiavone 2 - A marzo, su Rai 2, la seconda stagione della fiction noir con Marco Giallini.

Il Capitano Mari - A marzo, su Rai 1, la nuova fiction poliziesca con Vanessa Incontrada nei panni di un coraggioso comandante dei Carabinieri, rimasta vedova, che dopo anni torna con i figli nella sua città natale, Bari, dove si troverà a fronteggiare la criminalità locale.

È arrivata la felicità - A marzo, su Rai 1, la seconda stagione della fiction con Claudia Pandolfi e Claudio Santamaria, alle prese con la loro strampalata famiglia allargata.

Fiction Mediaset

Immaturo - Dal 12 gennaio, su Canale 5, la serie ispirata al fortunato film di Paolo Genovese. Nel cast Ricky Memphis, Maurizio Mattioli, Luca e Paolo, Sabrina Impacciatore, Nicole Grimaudo, Ilaria Spada, Daniele Liotti.

Liberi sognatori - A gennaio, su Canale 5, la collana di film che raccontano le storie dell'imprenditore Libero Grassi, il giornalista Mario Francese, l'assessore Renata Forte e l'agente di polizia Emanuela Loi: quattro eroi che hanno pagato con la morte il loro senso di giustizia. A vestire i loro panni Giorgio Tirabassi, Giulia Michelini, Marco Bocci e Greta Scarano.

Fiction Sky

I Delitti del BarLume - Dall'8 gennaio, su Sky Cinema HD, la quinta stagione della serie tv basata sui romanzi di Marco Malvaldi con Filippo Timi nei panni del protagonista.

Gomorra - Confermata, su Sky Atlantic, la quarta stagione della famosa serie tv sulle sanguinose battaglie tra clan camorristici.

Il miracolo - Nuova serie tv, in onda su Sky Atlantic, firmata Niccolò Ammaniti. Nel cast Guido Caprino, Alba Rohrwacher, Lorenza Indovina, Elena Lietti e Tommaso Ragno.

Sui generi - In primavera, su Sky Atlantic, la nuova serie di Maccio Capatonda.

Babylon Berlin - Su Sky Atlantic la nuova serie tv ambientata nella Berlino degli anni '20.

Media digitali, i 6 trend del 2018

Nel 2018 gli OTT si sfideranno con le proprie piattaforme di videostreaming on-demand. Non solo Netflix e Amazon prime video. Entrerà in gioco negli Usa l'operatore via cavo Comcast e su scala globale Apple e Disney. In generale ecco i 6 trend che quest'anno riguarderanno i media digitali.

1. Sarà una battaglia a colpi di piattaforme di videostreaming on-demand tra gli OTT

Anche per il 2018 le produzioni originali saranno il valore aggiunto per vincere la battaglia sul **videostreaming on-demand**. Nel mercato, oltre a Netflix e Amazon prime video entreranno, negli Usa, Comcast, il principale operatore via, e su scala globale Disney, forte del recente acquisto, a dicembre 2017, delle attività di intrattenimento della 21st Century Fox di Rupert Murdoch. Un'operazione da 52,4 miliardi di dollari. Inoltre, anche Apple si è tuffato ufficialmente nel mondo della tv in streaming. Infatti, recentemente la società di Cupertino ha chiuso un contratto con **Jennifer Aniston** e **Reese Witherspoon** che saranno protagoniste di una serie televisiva di due stagioni con 10 episodi ciascuna. Ma non solo. Nel 2017 la società, che ha creato l'iPhone, ha speso circa un miliardo di dollari per assumere **Picture Zack Van Amburg** e **Jamie Erlicht**, presidenti della Sony, coppia di produttori geniali che hanno lavorato alle famose serie di **Breaking Bad**, **The Crown** e **The Black List**. E di sicuro ora hanno qualcosa in serbo per Apple, da trasmettere chissà in un futuro prossimo su Netflix...

2. La pubblicità digitale resterà nelle mani di Google e Facebook

Per quanto riguarda la pubblicità digitale nel 2018 non ci saranno grandi sorprese perché Google e Facebook, che già possiedono circa i due terzi del mercato globale, continueranno ad essere i padroni.

3. Netflix e Hollywood 'girano' direttamente per lo smartphone

Se la società è mobile first allora il "piccolo schermo" è diventato lo smartphone, per cui sarà vincente produrre film, serie tv e qualsiasi altro contenuto direttamente per essere fruito sui dispositivi mobili. L'obiettivo, mentre si gira sul set, è che le immagini siano riprese in modo tale che l'impatto emotivo sia lo stesso per un piccolo e un grande schermo (display o schermo tv poco importa). Netflix e Hollywood lo stanno già facendo.

In altre parole, invece di collocare dei piccoli dettagli in lontananza rispetto alla ripresa, i registi preferiranno delle riprese in cui i personaggi si avvicinano al centro della scena, in modo tale da essere fruita in maniera totale anche attraverso il piccolo display dello smartphone. In sostanza, non si tratta di un cambio di registro che salta subito all'occhio dell'utente, ma l'accortezza consente di offrire immagini fruibili al meglio anche su un mini-schermi.

4. Musica in streaming, Spotify e Pandora irraggiungibili

Spotify, lo scorso dicembre ha depositato i documenti per la quotazione diretta in borsa: il debutto a Wall Street potrebbe avvenire già nel primo trimestre del 2018. Un altro trampolino di lancio per il suo successo nella fruizione di musica in streaming. Il suo principale concorrente è Pandora, mentre Apple Music, Amazon e YouTube vengono dopo.

5. Grazie all'Intelligenza artificiale Alexa e Siri sempre più presenti

Le voci rassicuranti di Alexa e Siri ci guidano attraverso questa rivoluzione dell'IA. Gli "Assistenti virtuali" popoleranno sempre più le nostre case, perché miglioreranno significativamente nel tempo. Molte delle ricerche che oggi facciamo sui motori di ricerca, da Pc e da smartphone, piano piano verranno effettuate solo con gli assistenti virtuali, o meglio saranno loro a farlo per noi, noi dobbiamo solo fare le domande.

6. Consacrazione della realtà aumentata

Apple, Google e Facebook aumenteranno massicciamente gli investimenti in tecnologie immersive e il 2018 sarà l'anno di rottura della Realtà aumentata. Ci sarà l'exploit di vendita di ARKit e ARCore, che consentono agli smartphone di vivere davvero la realtà aumentata.

7 previsioni su Netflix per il 2018

Sette linee strategiche che l'azienda potrebbe intraprendere quest'anno per difendersi dall'attacco di Disney e della concorrenza per consolidare il suo primato nel mercato dello streaming.

La crescente concorrenza di Amazon e degli altri player del video streaming non ha rallentato la crescita di Netflix nel 2017: il titolo è cresciuto del 55% in un anno tanto che Netflix è la seconda media company Usa per valore alle spalle della Disney. Sul fronte dei ricavi, vista la crescita costante di abbonati e gli aumenti contenuti, si prevede per Netflix un incremento del 30% a 11,7 miliardi nel 2017.

Per il 2018 il Ceo **Reed Hastings** ha già incrementato il budget per la produzione di contenuti da 7 a 8 miliardi di dollari, sembra quindi presumibile affermare che anche questo sarà un anno all'attacco per Netflix. Di seguito sette previsioni sulle prossime mosse dell'azienda.

Netflix farà grossi investimenti in contenuti per bambini e proprietà intellettuale

A fine 2017 Disney ha annunciato il ritiro dei suoi film dal catalogo di Netflix entro il 2019 per puntare sul lancio di un suo proprio servizio streaming da lanciare nel 2019, a prezzi più contenuti rispetto a Netflix, per la trasmissione in esclusiva di tutto i film del catalogo Disney, Pixar, Marvel e Guerre Stellari. Un annuncio cui ha fatto seguito un accordo per l'acquisizione della maggioranza di degli asset di 21st Century Fox, compresi film di cassetta come X-Men, Fantastici Quattro.

Senza dubbio Netflix vorrà rispondere alla nuova minaccia portata da Disney investendo in maniera massiccia sui contenuti per bambini, sui cartoni animati e sulle fiction prima dell'addio annunciato da parte di Disney. Non a caso il budget per nuovi contenuti è stato alzato da 7 a 8 miliardi di dollari lo scorso mese di ottobre.

Sarà sufficiente per contrastare il tesoro di film di proprietà della Disney, da Topolino agli Avengers passando per Luke Skywalker?

Non si sa. Quel che è certo è che già l'anno scorso Netflix ha investito per rafforzare il suo catalogo di film di proprietà: ad agosto ha rilevato l'editore di fumetti Millaword. Nel 2018 potrebbero arrivare nuove acquisizioni o partecipazioni in aziende media tradizionali (forse Viacom?) per accrescere la sua library.

Controlli più stretti sui film autoprodotti

Nel 2017 Netflix ha finanziato diversi film originali, rendendoli disponibili alla data di lancio in streaming. Il problema è che al di là del film coreano Okja, le altre produzioni non hanno sfondato. Uno dei film, War Machine con Brad Pitt, è stato affossato dalla critica. Critiche negative anche per il film horror *Death Note* e per la pellicola di Will Smith *Bright*.

Un potenziale errore strategico di Netflix è stato forse quello di concedere troppa libertà a registi e attori, affidandosi più al talento che alle logiche del botteghino. Quest'anno le cose potrebbero

cambiare sul set delle mega produzioni, con un giro di vite sui controlli basato su analytics e data mining per intercettare i gusti degli spettatori.

Netflix sigla accordi di prioritizzazione con gli Isp americani

Dopo lo smantellamento della net neutrality voluta a suo tempo da Obama da parte della FCC targata Trump, è probabile che gli Isp a stelle e strisce sfrutteranno il nuovo regime per siglare accordi per dare precedenza ad alcuni contenuti selezionati di content provider disposti a pagare per ottenere corsie preferenziali sul web.

E' probabile che Netflix sarà uno di questi content provider, allo scopo di migliorare la qualità di streaming e diminuire i costi di banda per veicolare i suoi contenuti in rete. Tanto più che prima della net neutrality Netflix aveva già siglato accordi con gli Isp per superare indenne (a pagamento) le congestioni di rete nei punti di interconnessione.

La crescita del mercato asiatico

Nel 2018 Netflix potrebbe veder crescere il suo bacino di clienti in Asia, dove è presente dal 2016 (eccezion fatta per la Cina). Nel 2017 il tasso di crescita dei clienti è stato più forte in Europa e America Latina, ma gli investimenti in contenuti originali in Giappone, India e Corea del Sud potrebbero cominciare a dare i loro frutti quest'anno. Le campagne di marketing sono forti in Asia, così come l'impegno per raggiungere audience sempre più ampie anche nelle zone con scarsa copertura broadband, dove Netflix ha messo a punto un algoritmo particolare di compressione dei contenuti soprattutto per il mobile. Tanto più che anche in Europa e America Latina c'è voluto qualche tempo prima che decollassero gli abbonamenti.

Decolla il progetto 4K di Netflix

Pare che soltanto una piccola percentuale degli abbonati a Netflix abbia sottoscritto ad oggi il suo piano Premium, che prevede streaming 4K e fino a 4 streaming contemporaneamente. Le cose potrebbero migliorare quest'anno, visto che negli Usa le case hanno ormai quasi tutte la copertura minima a 25 Mbps per il 4K, il prezzo dei televisori è diminuito e il catalogo di film 4K di Netflix è cresciuto. L'abbonamento Premium costa 13,99 dollari al mese negli Usa, 3 dollari in più rispetto all'abbonamento standard Hd e uno spostamento verso la fascia alta consentirebbe all'azienda di accrescere i ricavi.

Migliorare il catalogo di film con licenza

Se c'è un tallone d'Achille per Netflix allora si tratta del catalogo di film con licenza, che è alquanto magro perché il grosso degli investimenti va per le produzioni di contenuti originali e di serie tv.

I cataloghi di film e programmi di Netflix sta diminuendo soprattutto in confronto ai concorrenti Amazon e HBO, che hanno molti più vecchi film a disposizione.

Uno degli obiettivi di Netflix per il 2018 sarà dunque quello di rafforzare la sua library di film, tanto più che la gran parte del suo catalogo è formato da produzioni Disney che fra due anni spariranno.

Netflix siglerà più accordi con carrier Tlc

Dopo gli accordi di bundle con T-Mobile Usa, Altice per la trasmissione di contenuti in Francia, Portogallo, Israele e Repubblica Dominicana, e con Altice USA (ex Cablevision) per un pacchetto triple pay, nel 2018 si attendono nuovi accordi di questo tipo con gli operatori mobili. Non è poi escluso che Netflix possa siglare un accordo con qualche servizio di streaming musicale, per accorpate le offerte sempre più numerose di content digitale e semplificare così la vita agli utenti.

11 consigli per migliorare il Personal brand

Una newsletter settimanale via email, campagne su Facebook, lunghi post su LinkedIn, book fotografico e soprattutto video. Ecco alcuni degli 11 consigli per comunicare e promuovere efficacemente se stessi e attrarre nuove opportunità professionali.

Dal web abbiamo raccolto e selezionato i migliori 11 consigli per comunicare e promuovere efficacemente se stessi per attrarre nuove opportunità professionali.

1. Inviare una newsletter settimanale via email.

Qual è lo strumento che meglio racconta il flusso di notizie che ha caratterizzato la giornata? Non i telegiornali delle 20 (i tg nel 2016 sono stati abbandonati dal 17,9% di telespettatori, secondo gli ultimi dati Censis), ma la “vecchia” newsletter. Vecchia solo nella modalità di invio, ma rinnovata nel linguaggio. Dunque l'email marketing è ancora una delle tecniche di marketing più efficaci e la newsletter, tutt'altro che morta, è la sua massima espressione.

2. Esegui una campagna di personal branding di 3 euro al giorno su Facebook

Molti imprenditori pagano gli annunci su Facebook per pubblicizzare la propria azienda, ma, come ha affermato **Dean Steadman**, CEO di **Dignity Bio Labs**: *“Facebook offre anche la possibilità di sponsorizzare le pagine di singole persone rispetto al profilo personale e questa è una valida strategia per mettere in contatto imprenditore e consumatori-clienti”*. In sostanza metterci la “faccia” paga molto di più in termini di fatturato, è la personalizzazione del brand.

Il consiglio, quindi, è spendere 3 euro al giorno per sponsorizzare la pagina ufficiale del manager con l'obiettivo di aumentare la sua popolarità sul web e l'*engagement* con il fine ultimo di traghettare questi fan sul sito dell'azienda.

3. Pubblicare regolarmente contenuti di lunga durata su LinkedIn

Alcuni imprenditori utilizzano **LinkedIn**, così come i Millennials usano **Instagram**, per dire che sono LinkedIn *addicted*. Dunque come si fa ad aumentare il “pubblico” sul social network che facilita i contatti professionali? Per esempio scrivendo post lunghi ad hoc per la piattaforma e rispondendo sempre ai commenti. È il modo migliore per coinvolgere il target di riferimento. Insieme ai video.

4. Creare un sito Web personale

Un semplice sito Web (con nome cognome più dominio sarebbe la scelta professionale migliore) con una pagina “Chi sono” e un blog sono tutto ciò che serve per iniziare. Condividere poi agli articoli sui social network è il naturale passaggio successivo.

5. Interagire su Twitter e non più cinguettare e basta

Nel 2017 Twitter è cambiato profondamente. Ha abolito il limite dei 140 caratteri raddoppiandoli a 280 e di recente con l'opzione ‘threads’ offre anche la possibilità di creare discussioni intorno a un unico tweet. Due grandi novità da sfruttare al meglio per il personal branding nel 2018. Ah, ricordatevi sempre di digitale l'hashtag giusto e mai abusarne.

6. Raccontare l'attività imprenditoriale con un video

I video sono i contenuti più visti online e più condivisi sui social network. Lo confermano i dati: nel 2017, il 90% di tutti i contenuti condivisi sui social media è stato video. E più del 60% delle riproduzioni video sarà sul cellulare entro la metà del 2018, secondo le previsioni di [Ooyala](#), azienda specializzata in software e servizi per lo streaming e la monetizzazione dei video.

Dunque è vincente l'idea di dar vita a un video blog giornaliero e curarne anche il montaggio. Esistono sugli smartphone di ultima generazione app che consentono facilmente l'editing.

7. Dona tempo, competenze e fondi alla tua comunità locale

Uno dei modi migliori per accrescere la propria immagine e reputazione e quindi anche i profitti è fare beneficenza, aiutare organizzazioni no profit, oppure donare il proprio tempo, competenze e fondi alla comunità in cui sei nato o nella quale si trova la sede dell'azienda. **Kristal Wingate**, fondatrice di Roof Top Services in Florida, Inc., sostiene: *"Il personal branding deve iniziare da qualche parte e la comunità locale è il luogo ideale per affermarsi come esperto in un determinato settore. Questo può avvenire con interviste con i media locali e soprattutto offrendo il vostro tempo, rendendovi utili. Vedrete quali opportunità lavorative si presenteranno"*.

8. Registrare un podcast settimanale

Oggi giorno è necessario pensare al contesto di fruizione del consumatore-fan-cliente per raggiungere il proprio target. Per esempio se il vostro potenziale cliente viaggia molto in automobile, in treno o fa spesso jogging qual è la modalità migliore per fargli arrivare il vostro messaggio? Un podcast.

I podcast sono "portatili" e non richiedono un'attenzione esclusiva, come per esempio i video. Sono come la radio. Esiste una pluralità di software e app per creare i propri podcast:

Podcast di Apple, Stitcher, SoundCloud, Overcast, Radio iHeart, Spotify, Google Play, TuneIn, Acast, Castbox, Otto Radio e Google Home sono i modi più popolari con cui il tuo pubblico può iscriversi e seguirti in cuffia.

9. Non smettere mai di imparare

"Prima che tu possa pensare di offrire consigli e fornire il tuo contributo, devi padroneggiare completamente il tuo settore", sono le parole di **David W. Craig**, socio fondatore di *Craig, Kelley & Faultless LLC*. Per cui il consiglio è aggiornamento professionale costante.

10. Partecipare ai convegni ed eventi per fare networking

Nonostante **Facebook** sia il social network più popolato al mondo la vera rete sociale resta la vita, restano i rapporti interpersonali. Per cui un consiglio per il 2018 è partecipare a convegni, eventi, workshop sui temi legati al *core business* dell'azienda che gestite o della quale siete manager. Queste occasioni possono rappresentare delle valide opportunità di networking.

Mark Leman, direttore marketing di *Blinds UK*, ha detto: *"Stringere un rapporto professionale e/o amicale, in uno di questi eventi, con un solo influencer esperto del tuo settore può significare un bel ritorno d'immagine"*. Pensate quanto possa essere prezioso un tag o una menzione sui profili social dell'influencer...

11. No selfie, ma book fotografico professionale

L'immagine dei profili sui social network comunica (quasi) tutto. Per chi cerca di migliorare efficacemente la propria immagine online non può ricorrere a un selfie amatoriale per scattare la foto-profilo. Il consiglio è pagare un fotografo professionale: bastano due-tre scatti giusti per raccontare sé stesso con un'immagine.

Articoli a cura di: Paolo Anastasio, Piermario Boccellato, Flavio Fabbri e Luigi Garofalo.

Editing: Luca Fiorentino

FOTO CREDITS SHUTTERSTOCK – © DIRITTI RISERVATI

Edizione: Ebook.it / Key4biz - gennaio 2018

Ebook distribuito con [Licenza Creative Commons](#)

Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate

CC BY-NC-ND

