

# Sarà la «sicurezza» l'affare tecnologico dei prossimi decenni

Aperto a Milano lo Smau: segni di stanchezza dopo gli anni del boom

di Marco Ventimiglia / Milano

**FIERA** Rimpiangere i bei tempi andati è un vezzo che solletica molti, ma ovviamente non ha alcun senso nel mondo della tecnologia, proiettato a velocità supersonica verso l'innovazione. Eppure è proprio quel che capita aggirandosi un po' spaesati in

questo Smau 2007, ospitato in quella faraonica nuova Fiera di Milano in quel di Rho-Però, ma in realtà all'interno di due aree espositive fra gli oltre 20 padiglioni disponibili. Insomma, tutta un'altra musica rispetto alle rassegne degli "anni ruggenti", a cavallo del Duemila, quando Smau rivaleggiava in ampiezza con le più grandi fiere mondiali del settore e calamitava folle di appassionati oltre che di addetti ai lavori. Una "grandeur" perduta fra scelte organizzative sbagliate e conti-

nui cambi di gestione, con i francesi di Promotor International che hanno adesso in mano il palino. E ad aiutare non c'è certo l'ubicazione nel nuovo polo fieristico, almeno fino a quando tutt'intorno continuerà ad esserci un enorme cantiere a cielo aperto, con latitanza di alberghi e servizi adeguati alle dimensioni della struttura. Con il paradosso che un paese, l'Italia, dove in molti si recherebbero volentieri, si vede ormai sorpassato in tromba da Francia e Germania nell'organizzazione di questo genere di eventi. E così, i numeri ristretti di questa 44ª edizione, che si concluderà domenica, parlano di 476 espositori su un'area di 35.000 metri quadrati. Il tutto per presentare a visitatori esclusivamente "business" (per intenderci,

non entrano più sciami di ragazzini urlanti) soluzioni innovative in settori di primaria importanza quali l'hardware, il software, le telecomunicazioni, la sicurezza ed altri ancora. «Lo Smau», dichiara Giada Michetti, amministratore delegato di Promotor International, «è un salone in linea con il mercato attuale, in grado di coniugare l'esigenza di aggiornamento nell'Information and Communication Technology con una serie di iniziative speciali e momenti di formazione». Peccato, però, che l'impressione sul campo sia piuttosto quella della casualità, con gli espositori che si succedono senza un filo logico percepito. Ad esempio, capita di vedere lo stand di Mediaset accanto a quello delle fotocopiatrici Xerox, del produttore di an-

In primo piano videocamere intelligenti, segnali d'allarme universali, sistemi di rilevamento



Stand dello Smau, esposizione internazionale di Information e Communication Technology, in corso a Milano. Foto di Matteo Bazzi / Ansa



tivirus per Pc e di un'azienda di cellulari. Al visitatore, quindi, non resta altro che pescare qua e là le cose più interessanti. È il caso del settore della sicurezza, indicato da molti come il vero grande business tecnologico dei prossimi decenni. Qui è un trionfo di sistemi di rilevamento ad alta tecnologia, videocamere intelligenti e segnali di allarme che ti raggiungono pure su una spiaggia delle Mauritius. Altra tendenza forte è quella dell'automazione domestica, il cui termine esatto è domotica, che oltre a semplificare la vita all'interno dell'abitazione, con la gestione centralizzata e semplificata di tutti gli apparecchi presenti dentro la casa, permette dei notevoli risparmi economici ottimizzando l'utilizzo, e quindi il con-

sumo elettrico, degli impianti di illuminazione e climatizzazione. Spostandoci sull'informatica, c'è innanzitutto da segnalare la forte presenza nello Smau dei cinesi di Lenovo, un marchio pressoché sconosciuto fino ad un paio di anni fa ma adesso entrato con autorevolezza fra i primi cinque venditori di computer a livello mondiale, forte dell'acquisto dell'intera divisione Pc di un colosso come Ibm. Logico sponsor delle Olimpiadi di Pechino 2008, Lenovo spinge sull'acceleratore per conquistare grandi fette di mercato anche nel nostro paese e fa suonare un ulteriore campanello d'allarme in Occidente, anche perché stavolta i costi molto contenuti si uniscono a soluzioni tecniche sovrappiù.

Infine Internet, che significa anche e soprattutto Web 2.0. Di che cosa si tratta? È l'inizio dell'ennesimo cambiamento della Rete, un nuovo modo di confezionare e veicolare i contenuti su Internet.

Grazie ad esso ed alla diffusione della banda larga, si potrà "navigare" ed interagire sul Web con un'efficacia senza precedenti, utilizzando, fra l'altro, contenuti video tridimensionali.



La sede della Bbc. Foto Ap

## La scure sulla Bbc: fuori 1.800 dipendenti

La storica rete inglese venderà anche il quartier generale di Londra e ridurrà le produzioni

di Luigina Venturelli

**TAGLI** Il servizio radiotelevisivo più antico del mondo, il più indipendente, il più informato ed agguerrito. La leggenda Bbc, che finora si è nutrita di queste credenzia-

li, rischia di diventare nota anche per l'eccezionale piano di tagli che sta per abbattersi su dipendenti e programmi: ben 1.800 dipendenti lasciati a casa, il 10% delle produzioni originali cestinate, la sede centrale londinese di Shepherd's Bush venduta per fare cassa. È il costo del progresso, ovvero del necessario ma oneroso passaggio alla tv digitale: il canone del servizio pubblico non è stato aggiornato adeguatamente e rimane un buco da 2,8 miliardi di euro da coprire.

Così il direttore generale Mark Thomson ha elaborato un piano di tagli, il più grosso mai visto alla Bbc nei suoi 85 anni di storia, che colpirà soprattutto le redazioni giornalistiche e il settore della programmazione televisiva: «Avremo una Bbc più piccola, ma più focalizzata sulla qualità e sui contenuti, cioè su quello che fa la differenza nell'audience», ha tentato di spiegare, con toni rassicuranti, il manager Bbc. Ma le cifre sono allarmanti: si prevede un taglio di 2.500 posti di lavoro nei prossimi sei mesi, che verrà riequilibrato da 700 nuove assunzioni, per un totale complessivo di 1.800 esuberanti, di cui 490 tra i giornalisti e gli affari correnti.

Si procederà alla cessione dello storico quartier generale londinese, alla riduzione del 10% dei nuovi programmi per i prossimi sei anni (soprattutto documentari, con un risparmio an-

La riduzione del canone spinge la "zietta" degli inglesi a contenere drasticamente i costi

nuale di 150 milioni di euro circa), a un maggior numero di repliche, in particolare su Bbc2 e sui canali digitali, e a un target annuale di risparmi sull'efficienza gestionale del 3%. Inoltre il gruppo fonderà i servizi giornalistici di tv, radio e Internet in un unico contenitore. Il trust pubblico che governa la Bbc ha già approvato il piano di Thomson - vezosamente denominato «Delivering Creative Future». Consegnando il futuro creativo - che punta a risparmiare i suoi costi per far fronte al buco di 2 miliardi di sterline, crea-

tosì nel gennaio scorso, quando il governo ha deciso un aumento del canone televisivo per i prossimi sei anni inferiore alle necessità del gruppo, che deve far fronte al difficile passaggio verso la tv digitale. Immediata la reazione dei sindacati, che si preparano allo sciopero: se l'azienda invierà lettere che chiedono ai lavoratori di licenziarsi volontariamente, senza consultazioni, partiranno anche le astensioni collettive dal lavoro.

Dalla sua prima trasmissione radiofonica nel 1922, la Bbc - che gli inglesi chiamano amorevolmente «auntie», zietta - ha costruito intorno a sé una vera e propria leggenda, per l'indipendenza della sua gestione, la qualità della produzione, l'obiettività dell'informazione e l'alto livello culturale dei programmi. Ma gli ultimi tempi sono stati accidentati da molti infortuni che hanno incrinato i rapporti col governo, comunque l'azionista di riferimento, macchiando la sua reputazione. Il primo episodio è stata l'accusa, lanciata al governo Blair, di avere deliberatamente esagerato la minaccia atomica irachena, per favorire l'ingresso in guerra con Baghdad: una commissione governativa, tra mille polemiche, definì prive di fondamento le accuse della Bbc, costringendo due manager alle dimissioni. Poi fu la volta del quiz televisivo che si scoprì truccato e, più di recente, dello scontro con la Corona: la Bbc ha dovuto scusarsi pubblicamente per aver truccato al montaggio le immagini di un documentario, lasciando erroneamente credere che la regina Elisabetta si fosse arrabbiata con la celebre fotografa americana Annie Leibovitz. Sua maestà è l'unica istituzione che, nel cuore dei cittadini britannici, può fare concorrenza alla stessa Bbc.

### TELECOM ITALIA

#### L'Authority brasiliana deciderà martedì sul passaggio del controllo a Telco

La missione in Brasile del presidente di Telefonica, Cesar Alierta, sembra aver dato i suoi frutti. Dopo ripetuti rinvii, l'atteso dossier «Tim-Telefonica», relativo all'ingresso del gruppo spagnolo nel capitale di Telecom Italia attraverso il veicolo Telco, è all'ordine del giorno della riunione dell'Anatel di martedì 23 ottobre. L'agenda della prossima settimana è stata pubblicata sul sito Internet dell'Authority brasiliana per le tlc e compare, come «autorizzazione preliminare». Dopo la prima cancellazione del dossier nell'agenda dell'Authority del 30 agosto e le successive otto riunioni, tra ricorsi vari di Carlos Slim e alcuni consiglieri in ferie, l'Anatel esaminerà tra cinque giorni l'operazione che permetterà il passaggio del controllo di Telecom Italia da Olimpia alla newco Telco (Telefonica, Generali, Intesa

Sanpaolo, Mediobanca, Benetton). In particolare Anatel dovrà valutare le conseguenze per il mercato brasiliano della telefonia mobile dell'ingresso di Telefonica (che controlla il 50% di Vivo, primo operatore del Paese) in Telecom Italia, azionista di riferimento di Tim Brasil, secondo player del Paese. Terzo operatore mobile brasiliano è la Claro del magnate messicano Slim. Il via libera da parte dell'Authority brasiliana dovrebbe essere vincolato a una serie di condizioni. Secondo indiscrezioni, a Telefonica verrà inibita ogni decisione sulle attività di tutto il Sud America e dovrebbe essere chiesto di decidere se ridurre la partecipazione in Telco o in Vivo. Alierta, poi, potrebbe dare qualche contropartita a Slim, cedendo per esempio Telemig, primo operatore mobile nello Stato di Minas Gerais che Vivo si è recentemente aggiudicato.

### BANCHE

#### Unipol chiede trattative riservate per l'aggregazione con la Popolare di Milano

Unipol va avanti con il progetto di aggregazione con la Popolare di Milano, per il quale vorrebbe procedere a trattative in esclusiva. I vertici della compagnia bolognese sono infatti in pressing per convincere il consiglio di amministrazione della banca lombarda e il suo presidente, Roberto Mazzotta, a scegliere la strada che porta a Via Stalingrado. Al punto da inviare una lettera al cda della Bpm, firmata da Carlo Salvadori e Pierluigi Stefanini, rispettivamente amministratore delegato e presidente di Unipol, per convincerlo a sedersi al tavolo delle trattative con i bolognesi e solo con loro. Dopo il consiglio d'amministrazione tenutosi ieri a Bologna, il 23 ottobre torneranno a riunirsi il comitato strategico e il consiglio di amministrazione della Popolare di Milano. In quella occasione Leh-

man Brothers, l'advisor scelto da Bpm per studiare le diverse ipotesi di aggregazione, fornirà gli ulteriori approfondimenti richiesti dal comitato che affianca Mazzotta sulle tre ipotesi di aggregazione rimaste in pista: il Credit Mutuel, la Popolare dell'Emilia Romagna e l'Unipol. Il comitato strategico ritiene «non opportuno» rispondere per iscritto alla lettera, mentre sarà il presidente Roberto Mazzotta a contattare telefonicamente Unipol per spiegare la posizione di Bpm: secondo le prime indiscrezioni, «non c'è nessuna volontà contraria, ma nemmeno volontà di accelerare». Ogni decisione spetta al consiglio di amministrazione della Popolare di Milano. Benché l'ordine del giorno possa essere ancora integrato, non è al momento in agenda il tema aggregazione.

**la Rinascita**  
ogni giovedì in edicola

**INTERVISTA A DILIBERTO**  
Voglia di politica e partecipazione in piazza per migliorare il protocollo sul welfare

**I COSTI DELLA POLITICA**  
Il Partito dei Comunisti Italiani presenta una nuova proposta choc

**«MI FANNO ARRABBIARE I FURBI»**  
Parla l'attore comico Aronico Alcaraz: «I miei personaggi vengono dalla realtà»

Per abbonarsi: +39 06 6841 0224 oppure distribuzione@rinascita.net