

Class

Il primo magazine-device per vivere bene l'era digitale

IT 4,50 euro
N. 362 - AGOSTO / SETTEMBRE 2016
classdigitalweek.it

ANTEPRIMA TESLA
Tutti i vantaggi (e qualche difetto) dell'auto elettrica più desiderata



EROS CORTEGGIARE CON L'APP
FOTO SU SMARTPHONE O SU STAMPA?
WEB UN FESTIVAL PER USARLO MEGLIO

MISURATORI DI POTENZA

ALLENAMENTI SOCIAL

REALTÀ AUMENTATA

SENSORI INTEGRATI

GPS MULTIFUNZIONE

PAIGE SPIRANAC

23 anni, americana.
La golfista più sexy svela i segreti del golf 3.0

Migliora il tuo **SPORT** con il **DIGITALE**

CORSA, TENNIS, CALCIO, CICLISMO, NUOTO, GOLF...

**IN OGNI DISCIPLINA L'INNOVAZIONE OFFRE SOLUZIONI
SU MISURA PER INCREMENTARE LE PRESTAZIONI
E POTENZIARE IL BENESSERE PSICOFISICO**



MY LIFE DESIGN STORIES

Senzafine cabina armadio, design Rodolfo Dordoni.
Tribeca tavolino, design Jean-Marie Massaud. Gant pouf.





Poliform



ESCLUSIVITÀ E PRIVACY IN UN MONDO DI OPPORTUNITÀ.

Hai mai provato ad andare in crociera
sentendoti come se fossi a bordo di uno Yacht?
Scopri un'esperienza unica di relax, attenzioni personali e piaceri fuori dal tempo.
Tutto a bordo di una nave MSC.
Si chiama MSC Yacht Club ed è l'unico posto
dove ogni tuo desiderio viene esaudito ancora prima che tu lo esprima.



MSC
CROCIERE

NON È UNA CROCIERA QUALSIASI

MSCCROCIERE.IT

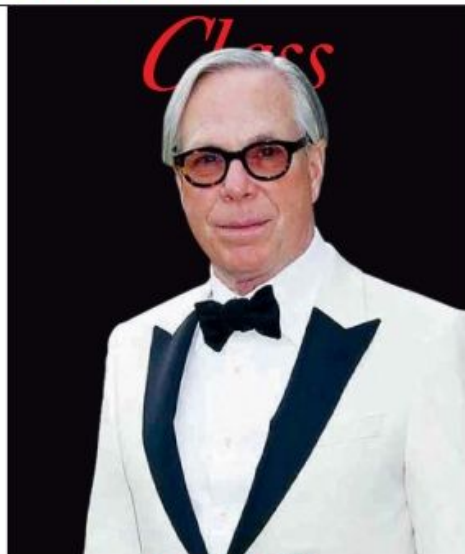




L'INFLUENCER
ELEONORA PEDRON



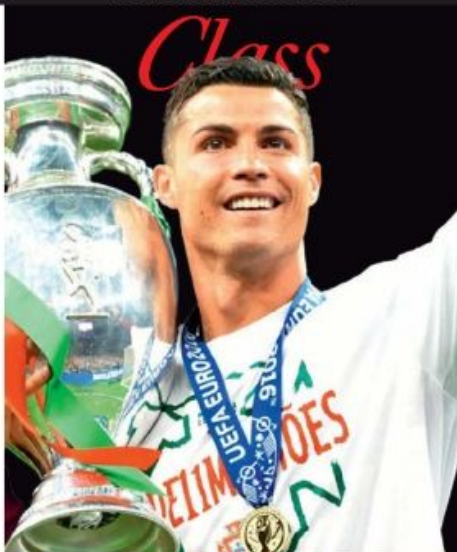
L'ASSESSORE
ROBERTA COCCO



LO STILISTA
TOMMY HILFIGER



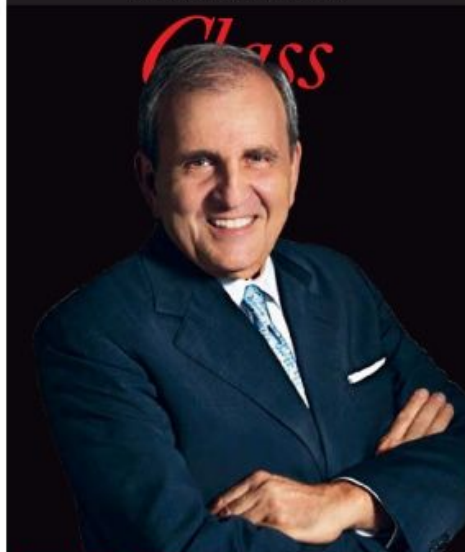
L'ATTORE
NINO FRASSICA



IL CAMPIONE
CRISTIANO RONALDO



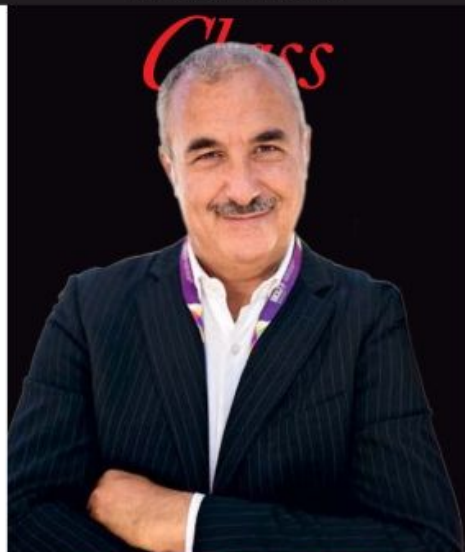
L'ATTRICE
WINONA RYDER



L'AMMINISTRATORE DELEGATO
LORENZO GIANNUZZI



LA CURATRICE
ALESSANDRA MAURO



IL DIRETTORE ARTISTICO
EUGENIO GUARDUCCI

LO STILISTA **TOMMY HILFIGER**

Come sempre è stato l'appuntamento cultural-mondano più importante dell'estate a Londra. Il Summer party della Serpentine Gallery a Kensington Gardens, nel cuore di Hyde Park, ha riunito intellettuali, imprenditori, socialite. Tra i molti, l'attrice Salma Hayek, l'ex sindaco di New York Michael Bloomberg, il direttore artistico Hans Ulrich Obrist e l'architetto danese Bjarke Ingels che ha firmato il padiglione estivo temporaneo. Su tutti spiccava l'immacolato tuxedo di Tommy Hilfiger, 65 anni, sponsor della serata.

DARRIN GERRISH / WIREIMAGE FOR TOMMY HILFIGER

L'ASSESSORE **ROBERTA COCCO**

Non ha avuto dubbi, il neo sindaco di Milano Giuseppe Sala, al momento di scegliere il nuovo assessore alla Trasformazione digitale e i servizi civici: Roberta Cocco, 50 anni, top manager di Microsoft dove è diventata direttore dei piani di sviluppo dell'area Western Europe. Un impegno sottolineato dall'azienda con questa nota: «Microsoft Italia ringrazia Roberta Cocco per l'impegno e la passione profusi nell'accelerare lo sviluppo digitale del Paese». E ora tocca a Milano, città digitalizzata tra le prime in Europa.

L'INFLUENCER **ELEONORA PEDRON**

C'era anche l'ex Miss Italia del 2002 Eleonora Pedron, con al polso un modello della nuova collezione femminile Generosi-T, all'inaugurazione in luglio della boutique milanese di Tissot. La presentatrice televisiva, 34 anni, vista ultimamente come ospite fissa di *Quelli che il calcio*, è anche una star di Instagram con oltre 70mila follower, motivo che l'ha portata a partecipare al progetto *This is Your Time*, visibile sul sito dell'azienda svizzera, dove racconta i suoi momenti preferiti da vera influencer digitale.

PHOTOSTUDIO DONATO / OMEGA

L'ATTTRICE **WINONA RYDER**

Già talento prodigio all'esordio negli anni 90, ammirata in tutto il mondo per le sue interpretazioni in film come *Edward mani di forbice*, *Sirene*, *Dracula* e *L'età dell'innocenza*, l'americana Winona Ryder si era poi persa tra scelte artistiche meno azzeccate e turbolenti passaggi della sua vita privata. Ora, a 44 anni, si rilancia scegliendo Netflix e recitando nella serie *Stranger Things*, episodio *Show me a hero*. A conferma che la tv via internet on demand è sempre più strategica. E non solo per gli spettatori.

ERIC CHARBONNEAU / INVISION FOR NETFLIX / AP IMAGES

IL CAMPIONE **CRISTIANO RONALDO**

Dalle lacrime al trionfo. La parabola di Cristiano Ronaldo agli ultimi Europei di calcio è da film. Un'entrata scomposta di un avversario lo toglie di scena subito. Lui, che del Portogallo è la star assoluta, esce dal campo, ma mai dalla partita, incitando e guidando i compagni alla vittoria sulla Francia e alla prima Coppa internazionale del Portogallo. Grande CR7 che prenota così il Pallone d'oro. Per la rabbia del nemico storico Lionel Messi e per la gioia anche di Tag Heuer, che al campione ha dedicato un orologio.

XINHUA / GUO YONG

L'ATTORE **NINO FRASSICA**

È a lui, il maresciallo Nino Cecchini della fiction *Don Matteo*, che la Rai ha affidato il compito dell'alfabetizzazione digitale del grande pubblico della televisione nazionale con una serie di brevi filmati didattici. Un bell'impegno per Nino Frassica, 66 anni, attore brillante di grande simpatia e popolarità, che ha sempre basato la propria comicità su un uso strapazzato della lingua italiana. Eppure, anche alle prese con gigabyte, smartphone e banda larga, Frassica se la cava perfettamente con un azzeccato spirito naïve.

ARCHIVIO RAI

IL DIRETTORE ARTISTICO **EUGENIO GUARDUCCI**

Una grande manifestazione in una piccola città. Questa è la sfida lanciata da Eugenio Guarducci, nuovo direttore artistico di Toti Festival, che dal 27 agosto al 4 settembre celebrerà la sua 30ª edizione. Ricerca, sperimentazione e innovazione, da sempre le linee guida del Festival, troveranno nuove forme d'espressione nel programma che comprende ben 12 prime assolute internazionali e spettacoli di prosa, jazz, arte fusion, danza. E gran finale pianistico con il concerto di Ezio Bosso nella suggestiva Piazza del Popolo.

ANDREA PROIETTI

LA CURATRICE **ALESSANDRA MAURO**

Da Gordon Parks a Mario Giacomelli, da Gianni Berengo Gardin a Herb Ritts. E ora, Alessandra Mauro, direttore artistico della Fondazione Forma per la Fotografia di Milano e direttore editoriale della casa editrice Contrasto di Roma, aggiunge al suo elenco di curatele la straordinaria retrospettiva dedicata a William Klein, allestita a Palazzo della Ragione, a Milano, fino all'11 settembre. Un'esposizione esaustiva che abbraccia in nove sezioni il percorso eclettico e trasgressivo dell'autore americano, tra pittura, fotografia e film.

MARCO RAPACCINI

L'AMMINISTRATORE DELEGATO **LORENZO GIANNUZZI**

Camere più ampie negli otto hotel e nelle ville, più piscine e campi da tennis, più chef stellati. Ma anche, perché spettacoli e benessere rendano la Sardegna attraente tutto l'anno, un'arena da 5mila posti e la talassoterapia aperta pure d'inverno. Quando si è giudicati i migliori del mondo, non si può stare fermi. Lo sa bene Lorenzo Giannuzzi, lo sportivissimo (e calciofilo) a.d. e d.g. del Forte Village, sotto la cui guida ultraventennale 30 milioni sono stati investiti, dal 2014 al 2016, perché il resort dei record resti tale. E perché continui a vincere, proprio come fa, da anni, la sua Juve...



Business Class di lungo raggio: nuovi menu regionali, selezione dei migliori vini italiani, le inconfondibili bollicine di Cantine Ferrari, l'aroma di un autentico caffè Lavazza. L'eccellenza della cucina italiana, ovunque nel mondo.

VIVI LA NUOVA ESPERIENZA ALITALIA.



ALITALIA.COM | CUSTOMER CENTER 89 20 10 | AGENZIE DI VIAGGIO

Per i costi di chiamata al Customer Center (numero a tariffazione maggiorata) e sui servizi offerti in Business Class di lungo raggio, consultare il sito alitalia.com.



Per realizzare i vostri desideri, scegliete Porsche Financial Services Italia.

Porsche Italia Spa, Padova corso Stati Uniti 35, Telefono 049 8292911. www.porsche.it

**Le grandi idee possono cambiare le opinioni.
Ma solo il coraggio può cambiare il mondo.**

La nuova Panamera sta arrivando.

Scoprite di più su www.porsche.it/panamera



PORSCHE

ANCHE TU PUOI DIVENTARE UN CAMPIONE CON L'ALLENAMENTO DIGITALE



In copertina
illustrazione di
Alberto Ruggieri.

Non è ancora chiaro come l'immaterialità travolgente della rivoluzione digitale si sposi perfettamente con la dimensione fisica, addirittura materiale, della quotidianità? Eppure la prova più evidente, clamorosa e soprattutto divertente, arriva dallo sport, ovvero dalla pratica che più di tutte si vuole legata a muscoli, nervi, cuore, mente, emozioni. E sudore.

Sempre più, nei campi e in corsia, in piscina e in palestra, trovano un ruolo device ideati e realizzati proprio per conciliare flussi di dati e schemi di attacco nel calcio, frequenze cardiache e frequenze di prime palle vincenti a tennis. Per non dire delle palestre o della corsa, dove un Gps multifunzione non se lo nega (quasi) nessuno. E poi allenamenti personalizzati su app, partitelle organizzate via social, nuovi materiali e nuovissime bilance misura-tutto.

Con immancabili sorprese, come il golf. Perché delle tante soluzioni che l'era digitale offre per migliorare la pratica sportiva diffusa, la più clamorosa e sorprendente arriva proprio dal golf, ovvero dallo sport più legato alle tradizioni che gli esperti fanno risalire addirittura al 1300. Lo sport dei club esclusivi e del dress code rigoroso sul green è la disciplina-laboratorio più all'avanguardia nella ricerca tecnologica, potendo contare su un vasto pubblico ben disposto a spendere pur di poter migliorare il proprio drive.

Il bello di queste nuove techno-olimpiadi è che tutti possono provare, e riuscire, a migliorarsi. Il brutto è che qualunque soluzione, qualsiasi app o dispositivo da polso, non può cancellare la fatica e il sudore del gesto sportivo. Ma forse, a pensarci bene, anche questo è bello.

DAVID CANNON / GETTY IMAGES



Paige Spiranac, 23 anni, americana, è considerata la golfista più bella del mondo. Ed è la perfetta esponente della nuova generazione di giocatori popolari sul green e nei social.



Le firme di Class

- 12 BRIAN ENO**
Le installazioni, una forma di canzone tridimensionale
- 14 WILLIAM FINNEGAN**
Aspettando l'onda perfetta ho vinto il Pulitzer
- 16 LETIZIA GAMBI**
Sentirsi dentro quella libertà di essere ogni giorno diversi
- 18 PAOLO PIZZO**
Emozioni e luci in pedana inseguendo l'attimo d'oro
- 20 DIGITOPOLIS**
R1, il tuo umanoide personale (tutto made in Italy)
- 24 DIGITOPOLIS**
Come sviluppare un blog di successo
- 26 DIGITOPOLIS**
Tesla Model 3, sarà l'auto elettrica per tutti?
- 28 DIGITOPOLIS**
Pellicola, la second life
- 30 DIGITOPOLIS**
App-dormentatevi così
- 35 EROS**
Che gusto c'è a conquistarla con un'app?
- 38 PROTAGONISTI DIGITALI**
Il web si domina in soli 7 secondi
- 40 PROTAGONISTI DIGITALI**
Hai provato il kiwi elettrico?
- 42 PROTAGONISTI DIGITALI**
Ecco le nuove forme del suono
- 44 PROTAGONISTI DIGITALI**
Un grande Eco nel web
- 46 ESPERIENZE**
Vacanze e smart-photo



16



35

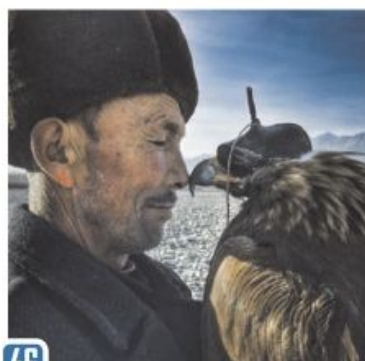


79



28

87



46

Copertina

- 48 SIGNORINA, PERMETTE QUESTO DRIVE?**
La bionda golfista Paige Spiranac è la più seguita dalla rete
- 52 COME VINCERE LO STRESS DA GPS**
Monitorati in ogni parametro, ormai gli sportivi sono sempre messi a confronto con i numeri delle proprie performance
- 58 TECNOLOGIE E TECNICHE PER NON SBAGLIARE UN COLPO**
Fra puntatori laser, big data e app sempre aggiornate
- 66 SARANNO QUESTI I NUOVI SPORT ALLE OLIMPIADI 2032?**
Tornei di hoverboard a ostacoli, droni anfibio, maratone di action camera...
- 72 DESIGN**
Vivere outdoor
- 76 AMBIENTI**
Un nuovo campus per lavorare smart
- 79 CLASSIFICHE**
I migliori hotel di cinque città per cinque continenti
- 87 WEEKEND**
Nove Svizzere per tutti i gusti
- 92 GALLERIA**
Tre note da annotare
- 98 IO & D. MARCO PROCACCIANTE**
E domani? Occhiali in 3D

SEGUICI SU
WWW.CLASSDIGITALWEEK.IT



CLASS_MAG



@CLASSRIVISTA



CLASS_MAGAZINE

DelTongo

The kitchen maniacs.



KS

BY GIULIO CAPPELLINI AND ALFONSO AROSIO

LE MIE INSTALLAZIONI SONO UNA FORMA DI CANZONE TRIDIMENSIONALE

Mi piace ideare tecnologie, esplorare le nuove possibilità, anche estetiche, che queste offrono agli artisti. Ma anche gli artisti devono impegnarsi a sfruttare al meglio tutta questa creatività

DI *Brian Eno* *

« Viviamo in un'epoca di grande immaginazione e uno dei modi per imparare a usarla è attraverso l'arte. Un mio caro amico scienziato afferma che la tecnologia è il modo con cui chiamiamo le cose quando queste non funzionano correttamente. Per me tutta l'arte è tecnologica. Per esempio, sono tecnologiche le pitture a olio e gli strumenti musicali. Se prendiamo in considerazione un piano a coda sappiamo che questo è un magnifico pezzo di tecnologia. Ecco, dovremmo iniziare a pensare alla pittura a olio, a strumenti come il piano a coda o ad altri ancora come il violino, come a veri pezzi di tecnologia.

Il progresso della tecnologia consiste nel fatto che le cose vengono inventate per un determinato scopo ma poi gli artisti scoprono che possono essere utilizzate per fare qualcosa di completamente diverso. Penso, per esempio, al microfono, che è stato inventato per amplificare il suono. I cantanti hanno poi scoperto che utilizzandolo potevano cantare in modo più tranquillo, quindi è cambiata la qualità della loro voce. Se ascoltate le loro registrazioni prima dell'avvento del microfono, si nota perfettamente come sforzassero la voce. Invece, a partire dagli anni 30 e 40, hanno iniziato a cantare vicino al microfono e con voce più bassa, più calda, più espressiva.

Hanno scoperto una nuova espressività e hanno migliorato la loro arte proprio grazie all'innovazione tecnologica. Quindi tutte le nuove tecnologie nascono per uno scopo e finiscono per essere utilizzate in altro modo.

Così è stato, per esempio, per *The Ship*, l'installazione sonora del mio ultimo album che ho portato a Palazzo Te, a Mantova. Il progetto è nato un paio d'anni fa intorno all'idea di realizzare una canzone tridimensionale, in cui cioè vi fosse la possibilità di camminare dentro, che potesse trasformarsi in una sorta di scultura. L'installazione è composta da altoparlanti, normalmente considerati oggetti neutri e grazie ai quali, invece, è possibile fruire esperienze musicali. Ogni altoparlante rappresenta un tipo di voce e in questa installazione ne ho messo insieme una vasta gamma: grandi, piccoli, buoni, cattivi, rotti, e cucito le diverse sezioni della musica per le loro

★ **Brian Eno**, 68 anni, inglese, è musicista, produttore discografico, artista, scrittore. Tra le sue opere più importanti *Music for films* e *Music for airports*, entrambe del 1978, con le quali ha definito il concetto di ambient music.



singolari caratteristiche. Ho cercato di utilizzare il carattere particolare di ogni altoparlante come si potrebbero usare voci differenti in un'opera lirica.

Penso sia un nuovo stile di ascoltare la musica, diverso dal farlo in cuffia o con gli auricolari come è di moda oggi. In questo

modo si è portati ad andare verso la musica, piuttosto che portarsela a casa. Un po' vecchio stile. Da quando ho iniziato a lavorare a questo progetto, tanti musicisti mi hanno confermato di trovare l'idea molto buona e che avrebbero fatto lo stesso per i loro nuovi album. Posso immaginare un futuro dove la musica sarà messa in commercio tramite canali classici come cd e streaming, ma parallelamente verranno creati spazi all'interno dei quali viverla.

Mi piace ideare tecnologie, esplorare le nuove possibilità anche estetiche che offrono come per l'opera *77 Million Paintings for Palazzo Te* che ho portato, insieme con *The Ship*, nel palazzo di Mantova. Il progetto è nato nel 2006 come musica visuale, una pittura di luce

ottenuta grazie all'uso di un software generativo, cioè in grado di estrarre random, e su una base di circa 500 painting, combinazioni in costante evoluzione. È come se il computer mescolasse in continuazione un mazzo di carte estraendo combinazioni sempre nuove. Inizialmente questo progetto aveva lo scopo di portare l'arte in luoghi domestici, di lavoro come spazi industriali, magazzini. Ma fu presto chiaro che avrei potuto portare l'installazione, che accosta dimensione sonora con quella visiva, in luoghi destinati all'arte, in chiese, edifici pubblici e in spazi urbani, nei musei di tutto il mondo.

Da sempre per me pittura e musica sono connesse. Ho iniziato a sperimentare con luce e suoni contemporaneamente, da ragazzo. La mia intenzione era concepire la musica come pittura e la pittura come brani musicali, in totale fusione. Mi dedico a progetti che mi emozionano, che suscitano empatia. Per queste installazioni imito le regole della fisica, lascio che elementi semplici si combinino in composizioni complesse. Io non ho il controllo su di esse, sono combinazioni randomizzate. Nel 2009 mi invitarono a proiettare *77 Millions* sulle vele della Sydney Opera House, in seguito sugli archi dell'acquedotto Arcos da Lapa a Rio de Janeiro.

L'Italia è l'unico paese dove lavoro all'interno di siti storici. Ogni volta tolgo alcune immagini e ne inserisco di nuove, per adattare l'installazione ai luoghi. Il significato di questa installazione sta nel desiderio di permettere a noi stessi di lasciar libero il mondo di cui siamo parte, permettendo così che si realizzino i migliori processi immaginativi». (A cura di Stefania Cubello)

Alcune immagini di *77 Million paintings for Palazzo Te*, l'installazione ideata da Brian Eno per Mantova, capitale italiana della cultura 2016.



ASPETTANDO L'ONDA PERFETTA HO RISCOPERTO ME STESSO (E HO VINTO IL PULITZER)



Dopo tanti anni passati a raccontare fatti di guerra e di politica, ho deciso di raccontare me stesso utilizzando un punto di osservazione particolare: la passione per il surf che mi obbliga a dare sempre il meglio di me stesso

DI William Finnegan *

« Sono quasi 30 anni che faccio il giornalista e l'inviato. Ho scritto di guerra, politica estera, globalizzazione. Ho pubblicato reportage e inchieste di ampio respiro ma mai nella vita avrei pensato di poter vincere il Pulitzer grazie a un libro sul surf. Lì ho sempre considerato due mondi differenti, anche nel modo di scrivere: quando mi occupo di giornalismo, conflitti, problemi sociali

è come se guardassi il mondo dall'esterno cercando di darne un'interpretazione. In *Giorni selvaggi* invece ho guardato dentro me stesso raccontando il sistema di relazioni, amicizie e amori che hanno segnato la mia esistenza.

Naturalmente, il surf è stato il mio punto di vista privilegiato, perché è un'attività al confine: è uno sport che si pratica in solitudine. Una volta in mare, sei tu, da solo, con l'Oceano. Possono esserci state mode passeggiare, cambiamenti nei materiali e nelle tecniche, ma nel suo spirito più autentico il surf è rimasto sempre uguale a se stesso. La tecnologia, al massimo, ha permesso di avere previsioni meteo più attendibili; di essere in contatto immediato con gli amici che, come te, aspettano il momento giusto



★ William Finnegan, 64 anni, americano. giornalista del *New Yorker* e scrittore. Ha vinto il Premio Pulitzer con il libro *Giorni selvaggi* (86th and 2nd, 25 euro) nella sezione memoir.

per scendere in acqua. Ma una volta davanti al mare, il rapporto è tra te e lui, senza mediazioni e senza sofisticazioni. Perché cavalcare le onde è andare in cerca dell'estasi; consapevole del fatto che, anche quando l'avrai raggiunta, questa non durerà che un attimo, passando così come è arrivata e lasciandoti con la voglia di tornare in mare per cercarla di nuovo.

E quando arriva quella che noi chiamiamo good wave, ovvero l'onda perfetta che ogni surfista perennemente aspetta, devi essere consapevole che quella è la tua onda. È ciò per cui hai fatto fatica; ciò per cui hai lavorato, ciò per cui, magari, hai attraversato il mondo. Devi essere un uomo libero, per affrontare quell'onda, e devi essere pronto a dare il meglio di te. Perché, quando arriverà il momento, sarete solo tu e lei. Come all'inizio del mondo». (A cura di Francesco Elli)

C'È SEMPRE UNA SECONDA VOLTA.



LA FIAT 124 SPIDER È TORNATA.

Ci sono icone che non tramontano mai. Così, dopo 50 anni, potete finalmente rivivere il mito della Fiat 124 Spider. Lo stesso spirito, un design nuovo e tutta la libertà di un'auto destinata a scrivere, anzi, a riscrivere la storia.

Vivi un'esperienza a 360° sulle strade più suggestive d'Italia su 124spiderroads.fiat.it

Consumi ciclo combinato 6,4 (l/100km). Emissioni CO₂ ciclo combinato 148 (g/km).



fiat.it

SENTIRSI DENTRO QUELLA LIBERTÀ DI ESSERE OGNI GIORNO DIVERSI

...per me è possibile grazie al jazz, una musica che permette di superare ogni confine attraverso la continua sperimentazione che non esclude la tradizione

DI *Letizia Gambi* *

« Amo il jazz perché è una musica che mi fa sentire libera di essere ogni giorno diversa, sperimentare senza confini grazie all'improvvisazione e all'interplay tra i musicisti, mostri sacri della musica con i quali ho da sempre la fortuna di collaborare. E che mi accompagnano anche nel mio nuovo lavoro, l'album *Blue Monday* registrato a New York e masterizzato nei mitici studi Sterling Sound con Lenny White, il mio produttore e mentore, Ron Carter, Gil Goldstein, Donald Vega, Helen Sung, John Benitez, Hector Del Curto, Dave Stryker e Pete Levin. Soddisfa la mia anima eclettica, che mi ha spinto a studiare anche danza e musical a Londra, teatro e pittura, canto jazz alla scuola milanese di Franco Cerri ed Enrico Intra.

Da ragazzina il mio mito era Liza Minnelli. Oggi Anita O'Day, una bianca che per il talento è riuscita a farsi accettare e rispettare anche dalla comunità nera; Dulce Pontes per la passionali-

tà, vicina alla cultura napoletana cui appartengo; Amy Winehouse che nel disco omaggio interpretandone *Back to Black*; Chaka Khan e Frank Sinatra, una voce che mi emoziona ogni volta, e che nel cd celebrato con il brano *Under the moon*.

Dai musicisti con cui ho suonato, a cominciare da Lenny White, gigante della musica pupillo di Miles Davis, scopritore tra gli altri di Chaka Khan, e poi Gato Barbieri, Chick Corea, Wallace Roney, ho imparato tanto, soprattutto l'umiltà e il rispetto, la dedizione totale per la musica, la forza di credere in quello che si fa, non importa se ci vorrà del tempo per essere compresi dal pubblico. Faccio tesoro di quello che Lenny mi ripete sempre, e cioè che è solo restando fedeli a se stessi che si

raggiunge lo scopo prefissato. Con il suo aiuto ho creato il mio stile dal sapore mediterraneo, unione tra cultura jazz americana e napoletana. È autentico, vero, il frutto di un'intensa ricerca». (A cura di Stefania Cubello)



* Letizia Gambi, nata a Napoli, cantante jazz. Ha pubblicato l'album *Blue Monday* grazie ad artistshare.com, piattaforma che riunisce artisti e appassionati rendendo possibile la realizzazione di progetti artistici.




SONRISA
 fashion with passion

Per realizzare una camicia occorrono



1 Metro



1 Ditale



*15 Bottoni
in madreperla australiana*



*10000 Centimetri
di filo*



*180 cm. di Tessuto
doppio ritorto*



2 Stecche da colletto



1 Paio di forbici



1 Ago da ricamo



e solo 5 giorni per ricevere la camicia della collezione su misura.

SHOWROOM - Via Manzoni, 43 - MI - Italia

www.sonrisa.it

EMOZIONI E LUCI IN PEDANA INSEGUENDO QUELL'ATTIMO FATTO D'ORO

Con la squadra maschile di spada sono pronto a puntare alla medaglia d'oro alle Olimpiadi di Rio de Janeiro. Sono allenato ad affrontare sfide difficili e ho già battuto avversari pericolosi. Specialmente uno: il tumore che mi ha sfidato

DI *Paolo Pizzo* *

«Buio tutto intorno. Luci sulla pedana. È come se vedessi sfocato attorno e solo l'avversario come bersaglio, ben focalizzato. Il frastuono del Palasport di Catania, la mia Catania, si è spento di colpo. Tutti ammutoliti, si rendono conto che siamo al momento cruciale. Mi gioco il titolo mondiale in una stoccata. Bas Verwijlen, l'olandese, ha sbagliato la sua ultima mossa. Ora comando l'azione successiva, l'inerzia è tutta mia, dura pochissimi secondi ma li assaporo come fossero anni.

Ho la consapevolezza di aver vinto: non è presunzione, è il controllo perfetto di me stesso. Una sensazione unica, che spero di poter provare ancora su una peda-



OLAF PIGNATARIO

na. Lui indietreggia e vado a bersaglio: lo colpisco con la mia specialità, "stoccata a pompa". Un passo avanti a braccio disteso, un secondo passo ritraendo la spada e poi l'affondo per mandare a vuoto la sua parata. Sono campione del mondo. Guardo la gente impazzita di gioia, mi inginocchio. Vorrei correre e saltare, ma mi controllo per godermela. Vado subito a stringere la mano al mio grande avversario e all'arbitro. Poi crollo e bacio la mia terra. Una cosa istintiva. Chiudo il cerchio. Qualcosa di mistico. Bacio la

★ **Paolo Pizzo**, 33 anni, catanese, campione mondiale di spada nel 2011, partecipa alle Olimpiadi di Rio. Con Maurizio Nicita ha scritto *La stoccata vincente. Come ho sconfitto il cancro e raggiunto il mio sogno* (Sperling & Kupfer). Nella foto sopra è con l'americana Jenny Watwood, Madre Natura in *Ciao Darwin* su Canale 5.

terra che mi ha fatto nascere, mi ha salvato e mi ha riportato alla vita e ora mi culla facendomi vincere un Mondiale. Bacio quella terra a cui mi attaccavo sul pavimento della mia cameretta, cercando sollievo quando tredicenne lottavo contro un male invisibile, che oggi non mi avrebbe consentito di salire sul tetto del mondo. Sono un ragazzo fortunato perché tutto questo lo posso raccontare. Perché posso godermelo con la famiglia: mamma, papà, Marina, gli zii. Senza di loro non ce l'avrei mai fatta a battere prima il tumore e poi a lottare e vincere sulle pedane di ogni latitudine. È il 2011 e quel 12 ottobre, data per me fortunata, rimane la mia giornata perfetta».



TECHNO OLIMPIADI
A pagina 48, altri protagonisti e soluzioni tecnologiche ai Giochi di Rio.



DA 0 A 5 ANNI LA IMBOCCHIAMO NOI.

MORE MINI LESS MONEY.

5 ANNI O 50.000 KM DI MANUTENZIONE ORDINARIA
PER LA TUA MINI A 300 EURO IVA INCLUSA.

MINI ti ha conquistato? Ecco un motivo in più per sceglierla. Se la acquisti entro il **31 dicembre 2016**, il programma di manutenzione MINI Service Inclusive L può essere tuo a un prezzo esclusivo. Costa solo 300 Euro IVA inclusa, e comprende tutti gli interventi di manutenzione ordinaria, con validità di 5 anni o 50.000 km.

Hai già una MINI? Non potevamo dimenticarci di te. Se non hai ancora effettuato il primo intervento di manutenzione ordinaria, puoi approfittare anche tu di questa vantaggiosa offerta.

PER SCOPRIRE DI PIÙ VISITA MINI.IT/MMLM

MINI Service



Manutenzione ordinaria MINI Service Inclusive L 5 anni o 50.000 km.

PIACERE, SONO R1 IL TUO UMANOIDE PERSONALE (TUTTO

È stato sviluppato a Genova dall'Istituto italiano di tecnologia. Sarà disponibile a breve e costerà come uno scooter. Potrà diventare un prezioso collaboratore dell'uomo in ambito domestico e professionale. Come infermiere, maggiordomo o assistente di vendita

Si chiama R1- Your personal humanoid, una piattaforma tutta italiana: è il primo robot dell'Istituto italiano di tecnologia pensato per diventare un collaboratore dell'uomo in ambito domestico e professionale. Nasce dall'esperienza che i ricercatori hanno maturato sul robot cucciolo iCub, all'interno di quella famiglia robotica che a Genova conta anche un robot quadrupede e un umanoide per le emergenze alto e robusto, o le protesi di mano per amputati. R1 ha un corpo dalla forma affusolata, bianco e allungabile in altezza di 20 cm, che si muove rapidamente grazie a ruote motorizzate e sicure per gli spostamenti in ambienti pubblici. A differenza degli altri robot, R1 è stato costruito con materiali leggeri: il 50% è in plastica, spingendo la tecnologia robotica verso una produzione a basso costo e a ridotto impatto ambientale.

«Le versioni future incorporeranno materiali intelligenti, come quelli basati su grafene, o biodegradabili»,

spiega a *Class* Giorgio Metta, vicedirettore scientifico di IIT e ideatore del progetto. «I sensori saranno sempre più sofisticati, batterie più efficienti e circuiti incorporati nella struttura stessa del robot». L'obiettivo, infatti, è di partire da R1 per realizzare nei prossimi 12-18 mesi il modello di produzione e commercializzazione su larga scala, coinvolgendo i privati. Lo si potrà acquistare, al costo più o meno di uno scooter, per utilizzarlo come maggiordomo, oppure come infermiere nei turni di notte all'interno degli ospedali, o come assistente alla vendita negli spazi commerciali.



R1 è il primo prototipo di umanoide personale, cioè l'umanoide con cui potremo scegliere di condividere la nostra vita. Non a caso i ricercatori hanno scelto di realizzarlo stando attenti al suo design, alla piacevolezza delle forme, alla semplicità comunicativa dello schermo ricurvo a led colorati che costituisce il volto, e le cui facce stilizzate danno al robot le espressioni utili alla comunicazione non verbale con l'uomo. Le mani hanno la forma semplice di due guanti a monopola con un polso sferico, grazie a cui il robot può sollevare pesi fino a 1,5 kg e chiudere la presa attorno a oggetti cilindrici come bottigliette e bicchieri. Guidati da Metta, i 22 scienziati e tecnici di IIT lo hanno realizzato in soli 16 mesi, in collaborazione con alcuni progettisti industriali dell'area genovese, e coinvolgendo un gruppo di industrial & graphic designer, esperti di entertainment e illustratori della 6.14 Creative Licensing di Milano e la Drop Innovation di Barcellona. Per lo sviluppo della sua intelligenza, gli scienziati seguiranno le indicazioni dei neuroscienziati che hanno studiato l'intelligenza umana. Approfondisce Metta: «A differenza di altri team che lavorano sull'intelligenza artificiale, noi sviluppiamo

MENTE E CORPO

Giorgio Metta, 46 anni, vicedirettore scientifico dell'Istituto italiano di tecnologia. www.iit.it



A. ABRUSCI / IIT

MADE IN ITALY)

1 TESTA

Schermo curvo
2 Telecamere a colori
1 Sensore visivo 3d
3 Accelerometri
3 Giroscopi
Altoparlanti e microfono

2 BUSTO E BRACCIA

Busto estensibile
di 20 cm
Braccia allungabili
di 13 cm
Pelle artificiale su
avambracci

3 MANI

Disegno semplice
a forma di
guanti a monopola
Pelle artificiale
su palmi e dita
Carico massimo:
1,5 kg per mano

4 DIMENSIONI

Altezza: 1,25-1,45 m
Peso: 80 kg (con batteria)
50% in plastica
50% in fibra di carbonio
e metallo
28 Motori

5 MOVIMENTO

Ruote motorizzate
Rotazione sul posto
Velocità: 2 km/h
Autonomia: 3 ore

mo le capacità del robot lavorando direttamente sul robot. L'idea, cioè, è quella supportata dalle evidenze neuroscientifiche, per cui l'intelligenza, anche la più astratta e simbolica, non sia indipendente dal corpo che la realizza».

La sua intelligenza, infine, sarà condivisa in rete grazie a una scheda wireless; R1 potrà collegarsi al web, ricavando informazioni utili alla sua interazione con l'uomo o aggiornamenti del suo software. Tutto in filosofia opensource.

AMICI O COSA?

Come comportarsi
quando R1
sarà diffuso nelle
case e negli
uffici?
Un recente studio
affronta il caso
delle macchine
pensanti...



VIVA LE MACCHINE SEMPLICI

Quali reazioni suscita il numero sempre maggiore di sistemi robotizzati nella vita contemporanea? Uno studioso risponde

di Francesco Varanini *

Chi, lavorando, non si è mai innervosito di fronte alle incongruenze di macchine con le quali si è trovato a interagire, penne a china e condizionatori d'aria, fresatrici e seghe circolari, macchine a controllo numerico e sistemi robotizzati? Chi non ha mai notato che la forma della macchina ne rendeva scomodo l'uso? Chi non si è trovato in difficoltà di fronte a un manuale di istruzioni incomprendibile? Chi non ha pensato che con poche modifiche la macchina sarebbe potuta diventare molto più funzionale e di uso più agevole? Chi di voi non ha notato che le macchine, oltre un dato momento, cessano di funzionare e non possono più essere riparate?

Macchine utensili, destinate a essere usate in fabbrica, e macchine destinate a essere usate dall'uomo nella sua vita quotidiana: automobili, elettrodomestici, apparati elettronici. In tutti i casi i produttori di macchine presentano via via nuovi modelli, sbandierandone la semplicità e la facilità d'uso. Si tratta invece, salvo eccezioni, di macchine complicate, difficili da usare.

La complicità è troppo spesso gratuita: priva di solidi motivi. Possiamo considerare che ogni macchina potrebbe essere migliorata, resa meno complicata. La complicità non è irrilevante: funziona come meccanismo che diminuisce le capacità lavorative della macchina.

La gratuita complicità delle macchine non può essere fatta risalire all'impossibilità scientifica e tecnologica di progettare macchine semplici da usare: il fatto è che la ricerca non è orientata in questa direzione.

La complicità non dipende dalla tecnologia adottata, né ha a che fare con la difficoltà di tenere il passo dell'innovazione tecnologica: sono complicate da usare, salvo eccezioni, anche le macchine di più recente progettazione. La complicità non può nemmeno essere motivata con la ragione economica: resta indimostrato che i costi di produzione di macchine com-

plicate siano più bassi dei costi di produzione di macchine semplici da usare. Né la gratuita complicità può essere considerata strategia di marketing vincente: la complicità rende forse più difficile l'imitazione, e impone all'utente barriere d'uscita: se ho imparato a fatica a usare una macchina, tenderò a non cambiarla, ma allo stesso tempo la complicità apre spazi di mercato alla concorrenza in grado di produrre macchine più semplici. (...)



* Francesco Varanini ha lavorato come antropologo e manager. Il testo di questa pagina è tratto dal saggio *Macchine per pensare* (Guerini e Associati).

TEMPO LIBERO O DI LAVORO?

Possiamo concepire macchine in grado di aiutare l'uomo, diminuendo la fatica e la penosità del lavoro. Possiamo concepire macchine utili a fruire più intensamente del tempo libero dal lavoro. Possiamo concepire macchine che accompagnano in ogni momento l'uomo, in ogni istante della vita, annullando il senso della separazione, alla fin fine artificiosa, tra tempo di lavoro e tempo libero. Dobbiamo guardare anche alle macchine che, gratuitamente complicate, lavorano male. Quale che sia lo scopo per il quale la macchina è progettata, lo scopo appare malamente perseguito.

Aiuta avere in mente un tipo preciso di macchina. Facciamo dunque riferimento a un personal computer, e a tutte le macchine che ne derivano: notebook, tablet, palmari, smartphone, computer sotto forma di orologio o di occhiali.

PALAZZO CRIVELLI
Via Pontaccio 12, Milano
Tel. 02 863141
info@ponteonline.com
www.ponteonline.com

ILPONTE

CASA D'ASTE DAL 1974

CALENDARIO ASTE | 2° SEMESTRE 2016

25, 26, 27 Ottobre

Gli arredi e le collezioni di Wanda Galtruccio
e di altre private provenienze: importanti mobili,
oggetti d'arte e dipinti antichi

Argenti

28 Ottobre

Arte Orientale

15, 16, 18 Novembre

Gioielli e Orologi
Filatelia e Numismatica
Fashion Vintage

17 Novembre

Dipinti e Sculture del XIX e XX secolo

6 Dicembre

Arte Moderna e Contemporanea

20 Dicembre

Arti Decorative del '900 e Design



BULGARI Vintage Collection 1991
Girocollo *Naturalia Marina*
Valutazione € 28.000/38.000

STIAMO SELEZIONANDO BENI PER LE PROSSIME ASTE IN PROGRAMMA

COME SVILUPPARE UN BLOG DI SUCCESSO

Comunicare in rete è facile. Riuscire a emergere molto meno. Il blog è lo strumento più consigliato per condividere online in maniera professionale. Ora un nuovo manuale suggerisce il modo migliore

di Luca Conti e Francesco Vernelli

1 BENVENUTI NEL MONDO DEI BLOG

Nonostante esistano dal 1999, i blog restano più attuali che mai. Da strumento che per primo ha permesso a chiunque di pubblicare contenuti in rete, tanto da essere considerati inizialmente dei semplici diari personali, hanno vissuto una fase di grande popolarità, con più di 200 milioni di blog attivi su scala globale, per poi ridimensionarsi e consolidarsi come mezzo di comunicazione professionale.

**SO
CIAL**

Dall'avvento delle prime piattaforme gratuite, l'unico modo esistente, all'epoca, per partecipare alla grande conversazione online, le opportunità si sono moltiplicate, così come il pubblico sceso nelle piazze virtuali a dire la propria. (...) Il mondo dei blog è più esteso di quanto potreste immaginare a prima vista. Sono ormai così inseriti nel Dna del web da essere difficili da identificare per chi non ha competenze tecniche. Ciò che è importante sapere è che questo strumento resta il preferito da chi vuole costruire una propria identità online, per se stesso, per la propria azienda o per conto di terzi. Ogni altra soluzione, infatti, non consente di ottenere gli stessi risultati, con uguale flessibilità, autonomia ed efficacia sul lungo termine.

**LA PRIVACY
È UN PUNTO
DEBOLE DEL
WEB. LO
DIMOSTRANO
CINQUE
(FALSI) MITI**

A cura di Laurence Dine,
managing principal, Investigation
response Verizon RISK team.



SEI PROPRIO SICURO DI

Mito n.1 Gli hacker selezionano sempre accuratamente l'obiettivo e colpiscono con un attacco «zero-day».

La realtà. La maggior parte degli attacchi è opportunistica e indiscriminata, e sfrutta vulnerabilità note. Le dieci vulnerabilità più conosciute hanno riguardato l'85% degli exploit di successo, mentre il restante 15% è costituito da oltre 900 Common Vulnerabilities and Exposures (CVE).

Mito n.2 Gli aggressori sono rapidi, ma i «bravi ragazzi» stanno recuperando terreno.

La realtà. Il divario tra compromissione e rilevamento si sta allargando. Nel 93% delle violazioni, gli hacker impiegano un minuto o meno per compromettere un sistema. Di contro, quattro vittime su cinque non si rendono conto di aver subito

2 CHE COSA SONO I BLOG

Un blog è uno strumento che consente di pubblicare contenuti in rete, alla portata di tutti, certamente anche alla vostra. Sì, certamente un blog è un sito web, ma un sito web non è necessariamente un blog: ciò che cambia è il motore che gira sotto il cofano. Quello dei blog richiede poca manutenzione, consuma poca energia e non è necessario avere la patente per guidarlo, se non prendere qualche semplice lezione di guida leggendo questo volume. I blog sono stati i primi siti a generare automaticamente una pagina web, dotata di un link univoco per ogni nuovo articolo pubblicato.

3 CHI SONO I BLOGGER

Alla parola blogger si possono attribuire diversi significati. Nell'accezione più ampia, un blogger è chiunque abbia un blog e pubblichi online, su questo spazio, ciò che desidera condividere con il resto della rete. Tutti, quindi, possono diventare blogger, purché abbiano qualcosa da dire. In pochi anni sono diventati blogger studenti, casalinghe, imprenditori, giornalisti, manager, medici, politici, personaggi pub-



ESORDIENTI ONLINE

Luca Conti e Francesco Vernelli sono gli autori di *Blog di successo* (Hoepli). Conti cura il blog Pandemia.info, Vernelli si occupa di formazione e comunicazione.

blici. Si tratta di un fenomeno trasversale. Il termine blogger oggi viene usato con un'accezione in parte diversa, a indicare il più del-

le volte chi fa del blog il proprio lavoro o chi lo cura come una delle proprie attività principali, anche senza ricavarne un reddito diretto. La maggior parte dei soggetti citati prima è migrata su altre piattaforme, privilegiando Facebook per conversare con i propri amici, Twitter per entrare in contatto con il mondo dei media, YouTube per comunicare in forma visuale, Instagram per comunicare per immagini, Snapchat per stabilire una intimità il più delle volte effimera. Tutti questi utenti, pur avendo probabilmente un blog parallelo, non sono più considerati blogger perché il blog non è più il fulcro delle loro attività online.

ESSERE AL SICURO?

un attacco per settimane o più. Nel 7% dei casi, inoltre, la violazione non è rilevata per più di un anno.

Mito n.3 *Le password dimostrano l'identità degli utenti autorizzati.*

La realtà. Il 63% delle violazioni di dati rilevate ha implicato l'utilizzo di password deboli, predefinite o rubate.

Mito n.4 *Le mail di phishing sono ormai facili da identificare e ignorare.*

La realtà. Il phishing è in aumento: nel 30% dei casi i messaggi di phishing sono stati aperti e circa il 12% degli utenti ha cliccato sul link o sull'allegato.

Mito n.5 *Gli attacchi di cyber-spionaggio sono diffusi e in crescita.*

La realtà. Il denaro resta il motivo principale degli attacchi: l'80% delle violazioni analizzate ha un movente finanziario.

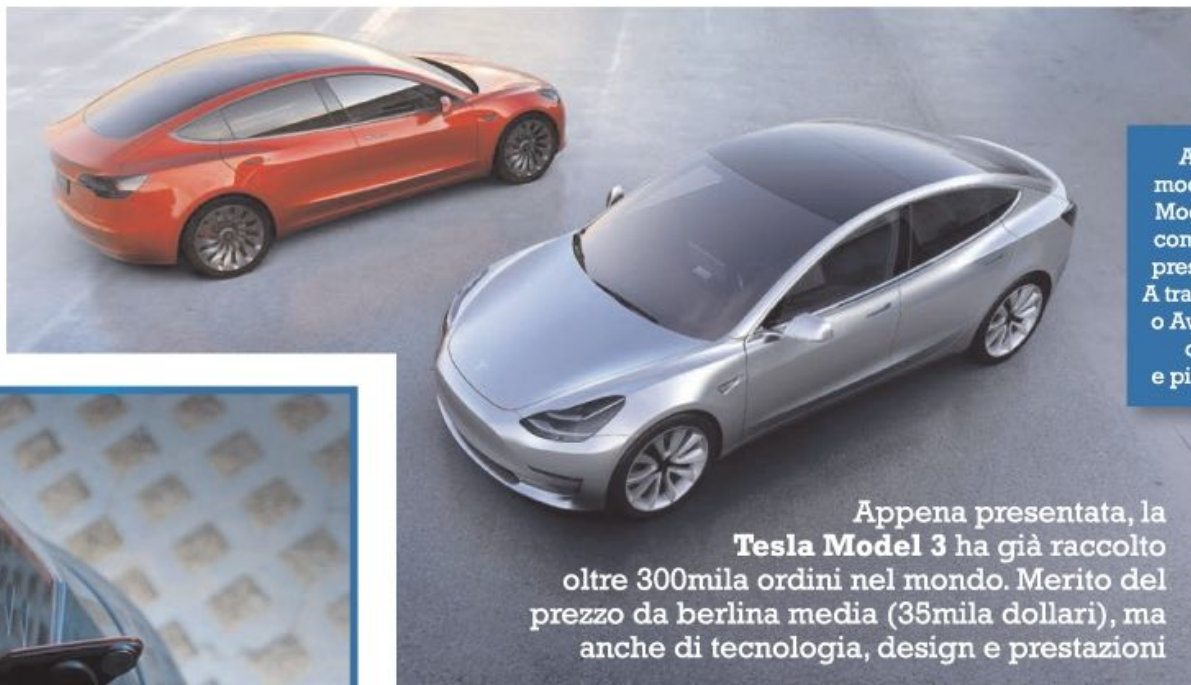
NELLA CASSAFORTE DI MAISON BULGARI

Chissà se ora Hillary Clinton, candidata democratica alla presidenza degli Stati Uniti, caricherà sullo smartphone la nuova app Bulgari Vault per difendersi dagli hacker e dall'ironia dei russi («In America non hanno messo la password?»).

Per tradizione Bulgari, marchio storico del lusso, è sensibile al tema della sicurezza dei beni. Ma fino a ieri era una sicurezza fisica, legata alla custodia in cassaforte di raffinatissimi gioielli; oggi da custodire con un'attenzione speciale sono i dati digitali personali, familiari e professionali. Ecco allora, con un innovativo salto di qualità, nascere Bulgari Vault, elaborata in collaborazione con WiSeKey, azienda svizzera leader mondiale nell'ambito sicurezza. Il suo funzionamento intuitivo consente di proteggere i dati di molte password, carte di credito, documenti vari. Per accedervi è possibile usare un mix di password, lettura del dito e riconoscimento del viso.



SARÀ L'ELETTRICA PER TUTTI?



A sinistra, due modelli della Tesla Model 3, la berlina compatta premium presentata a marzo. A trazione posteriore o Awd, avrà 345 km di autonomia e pilota automatico.

Appena presentata, la **Tesla Model 3** ha già raccolto oltre 300mila ordini nel mondo. Merito del prezzo da berlina media (35mila dollari), ma anche di tecnologia, design e prestazioni



LA RICARICA È ANCORA PIÙ VELOCE

Supercharging. È la tecnologia per la ricarica rapida sviluppata da Tesla per i propri clienti. La rete conta già 500 stazioni (200 in Europa, 12 in Italia), dove in 20 minuti si può ricaricare oltre il 70% della batteria.

di Emanuele Elli

Pochi l'hanno vista da vicino, quasi nessuno l'ha guidata. Eppure tutti ne parlano. Anzi, più di 300mila persone l'hanno già prenotata. È la Tesla Model 3, un piccolo caso nel mercato automobilistico perché è difficile, a memoria, ricordare un modello che abbia raccolto così tante prenotazioni con almeno due anni di anticipo sul suo debutto previsto sulle strade (negli Usa a fine 2017, in Europa non prima del 2018). Eppure, anche tra gli stand del recente salone rEVolution - Electric Drive Days, una sorta di Stati Generali della mobilità elettrica svoltosi a fine maggio presso il Centro di guida sicura Acì di Lainate (Mi), basta nominare la Model 3 per accendere subito il discorso. E questo nonostante in

mostra vi siano modelli BMW, Mercedes, Nissan, Peugeot, Renault, e della stessa Tesla, già circolanti. Con la Model 3, però, Tesla raggiunge il compimento della promessa imprenditoriale del vulcanico Elon Musk, che, fin dagli esordi, ha voluto spingere l'accelerazione del trasporto sostenibile con l'obiettivo di arrivare all'auto elettrica «di massa».

Dopo oltre 90mila veicoli consegnati, tra la sportiva a due posti Roadster, la berlina premium Model S e il SUV Model X, ora la berlina compatta Model 3 abbassa la soglia d'ingresso al mondo Tesla confermando o migliorando tutti i parametri delle vetture precedenti: 345 km di autonomia, trazione posteriore con possibile upgrade a integrale,





QUANTO COSTERÀ DAVVERO LA MODEL 3?

Secondo il listino la versione base costerà 35mila euro «senza incentivi». Tradotto significa che negli Usa il prezzo finale potrebbe essere ridotto a 25mila (7.500 di incentivi federali più quelli dei singoli Stati), mentre in Italia potrebbe salire fino a 40/45mila per effetto di Iva, dazi e trasporto. Il prezzo medio delle vetture prenotate al momento è di 42mila dollari.

L'APP CHE SPEGNE LO SMARTPHONE



Contro le distrazioni al volante causate dallo smartphone, Anas e Polizia hanno lanciato la campagna «Quando guidi, non muore nessuno», di cui è testimonial La Pina, rapper e dj storica di Radio DeeJay. L'iniziativa è affiancata anche da un'app, per iOS e Android, che consente di inoltrare a un gruppo di contatti la segnalazione che, appunto, si è al volante, bloccare l'accesso alle impostazioni e inviare la propria posizione.



da 0 a 100 km/h in meno di 6 secondi, supercharging per la ricarica rapida, pilota automatico, 35mila dollari la versione base... Pur dovendo accettare il fatto che il concept svelato qualche settimana fa non corrisponderà all'auto che sbarcherà in Europa nel 2018, la Model3 ha un impatto di grande suggestione, sia nel design esterno quasi liquido, improntato alla ricerca del miglior coefficiente aerodinamico possibile, sia negli avvenimenti interni, dai quali scompare qualsiasi ombra di cruscotto per lasciar spazio a un ampio touch screen e, si presume, a un evoluto head up display. Pochi dettagli certi, insomma, ma sufficienti per convincere al momento 325mila persone a versare mille euro di caparra per assicurarsi uno dei primi esemplari in produzione. Un'opzione da prendere seriamente in considerazione se

si dovessero avverare le previsioni tracciate da *Fortune*, secondo cui, ferma restando la potenza produttiva attuale, la metà degli ordini non potrà essere evasa prima del 2019 e in Europa addirittura nel 2020. Tesla assicura che non si farà trovare impreparata e lo stesso Musk sostiene che la fabbrica di Fremont, in California, potrà presto sfornare 500 mila vetture all'anno, ma non stupirebbe scoprire che nei progetti della casa ci sia anche un ampliamento dello stabilimento di Tilburg, in Olanda, o addirittura un terzo sito.

D'altra parte, la base per investire non manca: se tutte le opzioni d'acquisto fossero confermate, a 42mila dollari di media, sarebbero già quasi 14 miliardi di incassi sicuri. Un tesoro che Tesla potrà sicuramente reinvestire, come già fa, nello sviluppo della propria rete di stazioni di ricarica superveloce e nella Gigafactory in Nevada dove si producono le esclusive batterie agli ioni di litio, vero driver strategico della rivoluzione elettrica.

**DALL'INTERNO
SCOMPARE
LA PLANCIA,
SOSTITUITA
DA UN TOUCH
SCREEN**

PELLICOLA, LA SECOND LIFE

Con il progetto Impossible rinasce la storica Polaroid, che si aggiunge alla galleria delle nuove macchine a sviluppo istantaneo. Perché stampare i propri scatti è un piacere da consumare subito

di Emanuele Elli

Le nuove tecnologie alimentano nuovi paradossi. Succede così che, mentre i nuovi smartphone sfoggiano ormai fotocamere con due decine di megapixel, dagli zaini di molti appassionati, specialmente d'estate, escano le macchine fotografiche a sviluppo istantaneo. Stile Polaroid di un tempo, per intenderci. In Asia, Cina e Giappone soprattutto, le compatte hanno costituito negli ultimi anni un piccolo boom, con il marchio Fuji a tirare la cordata, ma anche nel mondo occidentale evidentemente il digitale non ha del tutto cancellato il piacere di tenere tra le mani una fotografia pochi istanti dopo averla scattata e regalarla, appenderla a un muro, ritagliarla, personalizzarne la cornice... Tant'è che il progetto Lomo Instant, un paio d'anni fa, ci mise niente a raccogliere sulla piattaforma di crowdfunding Kickstarter il necessario per iniziare a produrre le proprie macchine e oggi Lomography è una gamma completa con modelli economici e di lusso, formati diversi, livree stagionali, e un'appassionante varietà di lenti fotografiche.



UNA NEW AGE PER FUJI E POLAROID

Lo stesso mito Polaroid è risorto dalle proprie ceneri attraverso il progetto Impossible I-1, una riedizione delle storiche macchine analogiche, con stampa su pellicole originali, ma arricchite di dettagli hi-tech come la connessione Bluetooth per gestire lo scatto a distanza dallo smartphone. Per non parlare di Fuji, l'azienda di pellicole e carte fotografiche che non solo è sopravvissuta allo tsunami della digitalizzazione, ma ne è uscita con un business consolidato e ampiamente diversificato in tut-

ti i settori della stampa fotografica, dalle radiografie mediche alle pellicole cinematografiche, e naturalmente una propria linea di apparecchi, anche istantanei. Una traiettoria manageriale per certi versi esemplare, supportata da una convinzione espressa chiaramente dal chairman e ceo Shigetaka Komori, nel libro *Innovating Out of Crisis*. «La fotografia è un aspetto troppo importante della cultura umana. La missione di Fujifilm è preservare e continuare a sostenere il miracolo della fotografia».



LOMO'INSTANT SAN SEBASTIÁN

Livrea estiva per una macchina completa, con grandangolo e tre obiettivi, tre modalità di scatto, flash gel colorati, multiple esposizioni e tanti accessori. 149 euro. www.lomography.it



FUJIFILM INSTAX MINI 90

Compatta vintage nell'aspetto e hi-tech nella dotazione, ha scatto elettronico programmato, esposizione e flash automatici. Piccolo formato. Costa 150 euro. instax.fujifilm.it



IMPOSSIBLE I-1

Realizzata per il formato originale Polaroid, ha un ring flash a led, ricarica USB e connessione Bluetooth. Costa 299 euro (più 20 euro per otto pellicole). www.impossible-project.com

Ô CANADA!

Vola a Toronto e in tutto
il Canada via Bruxelles.

5 voli alla settimana

brusselsairlines.com



SOCIETÀ OPERANTE A MILANO E PROVINCIA

www.gruppocasa.it

Oltre ai servizi di commercializzazione forniamo agli sviluppatori/costruttori un supporto completo che va dalla parte tecnica al marketing, dalla nascita del progetto fino all'avvio del condominio: un affiancamento che libera da ogni incombenza e che segue tutto l'iter di vendita.

Il nostro obiettivo è creare soluzioni che si distinguano per la qualità abitativa, il risparmio economico e il rispetto ambientale.

REALIZZAZIONE IN CORSO



La Casa del Futuro è già una realtà a Magenta

Gruppocasa
Tel. 02.97.25.97.06
www.residenzadelfuturo.it

UNA SCELTA ALL'AVANGUARDIA

Una vera trasformazione in tema di gestione domestica da remoto, sicurezza, sostenibilità, risparmio economico e dei consumi. Ottimizzare le funzionalità, migliorare le tecnologie, offrire più confort nelle abitazioni, tutte naturalmente in classe A.

Digitopolis

MIKE MARSLAND / GETTY IMAGES



Bella Hadid, 20 anni, top model nata a Los Angeles da madre olandese e padre palestinese, e sorella della modella Gigi Hadid.

LA BELLA IN ROSSO

La Hadid è diventata la regina della rete grazie a un abito che parla, anzi urla, da solo

Sul red carpet di Cannes, ha sfilato con un vestito rosso che lasciava poco all'immaginazione. Così Bella Hadid, dallo status di «sorella minore della top model Gigi Hadid», d'improvviso è diventata una star. Bella oggi ha milioni di follower su Instagram, ha conquistato le cover dei magazine fashion più autorevoli, sfilato per Fendi, partecipato alle campagne pubblicitarie di Versace e Marc Jacobs e, da pochi mesi, è il volto della linea beauty di Dior. Come la sorella maggiore (fidanzata con Zayn, un ex One Direction), anche Bella ha una pop star come compagno: The Weeknd. Per l'estate, messo da parte il vestito rosso fuoco, ha postato una foto in bikini che ha avuto, sui suoi follower, lo stesso effetto. (P.G.)

SAMIR HUSSEIN / GETTY IMAGES



5.5 MILIONI



423.000

APP DORMENTATEVI COSÌ

Lo smartphone? Utilissimo per assopirsi con il vento o con la pioggia, per registrare le parole dette nel sonno, per svegliarsi con la canzone preferita

di Fabio Schiavo

È una tra le più importanti attività umane. Occupa, mediamente, 26 anni della vita di una persona, cioè quasi 230mila ore, circa un terzo dell'esistenza. Utile:

durante il sonno, infatti, si recupera la stanchezza, mentre il cervello lavora a una sorta di back up, ripetendo lo schema di firing neuronale (il meccanismo di trasmissione del segnale tra neuroni) di un soggetto sveglio. E fondamentale: si può sopravvivere 15 giorni senza mangiare, ma la totale assenza di riposo può essere fatale in meno di 10 giorni. Se nel mondo pre 2.0, per combattere un disturbo sofferto in Italia da circa 15 milioni di soggetti (di cui circa 6 milioni donne) ci si affidava a metodi come il bicchiere di latte caldo, contare le pecore o un libro noioso, adesso in soccorso arriva la tecnologia.

BENESSERE

durante il sonno, infatti, si recupera la stanchezza, mentre il cervello lavora a una sorta di back up, ripetendo lo schema di firing neuronale (il meccanismo di trasmissione del segnale tra neuroni) di un soggetto sveglio. E fondamentale: si può sopravvivere 15 giorni senza mangiare, ma la totale assenza di riposo può essere fatale in meno di 10 giorni. Se nel mondo pre 2.0, per combattere un disturbo sofferto in Italia da circa 15 milioni di soggetti (di cui circa 6 milioni donne) ci si affidava a metodi come il bicchiere di latte caldo, contare le pecore o un libro noioso, adesso in soccorso arriva la tecnologia.



RELAX MELODIES.

Gratuita e disponibile sia per smartphone in

Android che in iOS, mette a disposizione una serie di suoni rilassanti, dai rumori del vento tra gli alberi a musiche soft, oltre a una serie di mix customizzabili.



PZIZZ. Con una combinazione di musica, parole, effetti solari e battiti binaurali serve

a ridurre lo stress e predispone al sonno. S'impone la durata dell'ascolto e poi l'app genera autonomamente una colonna sonora pescando tra i propri file audio. Per iOS e Android.



SLEEP AS ANDROID è uno strumento che monitora la qualità del sonno, controllando i movimenti notturni e capendo qual è il miglior momento per alzarsi. Sveglia intelligente, registro delle abitudini e serie di suoni naturali. Solo per Android.



RELAX MELODIES ORIENTAL MEDITATION. App gratuita e disponibile sia per



smartphone in Android che iOS, ha 36 toni ambiente e tre binaurali, anche da mixare insieme per creare un'atmosfera perfetta. Per rilassarsi e predisporre al sonno.



ALARM TUNES. È per chi ama svegliarsi al suono della propria canzone preferita.

Disponibile solo per iOS (1,99 €), permette di selezionare e comporre una personale playlist, anche a seconda del giorno della settimana.



SLEEP CYCLE ALARM CLOCK. È una sveglia intelligente, disponibile per iOS e

Android. Funziona piazzando lo smartphone sul letto, per esempio nell'angolo vicino a dove si poggia la testa o a contatto con il materasso.



WHITE NOISE. Genera un segnale audio che aiuta ad addormentarsi scegliendo tra varie opzioni come il soffio del vento, il crepitio del fuoco o le onde dell'oceano. Si può creare un mix di suoni personalizzati. Per Android e iOS.



SNORE CONTROL.

Gratuita e solo per Android, registra il russare e le parole dette durante il sonno. Rispetto a un normale registratore, si attiva solo nel momento in cui si dice qualcosa e non registra per forza l'intera notte.



RELAX & SLEEP WELL by

Glenn Harold. Con la voce di un famoso psicoterapeuta britannico esperto in ipnosi, è perfetta per rilassarsi. Gratuita, per Android e iOS.



SLEEPMAKER RAIN. Adatta a chi ama addormentarsi con il suono della pioggia. Nella versione Free ha dalla pioggia battente alle

piccole gocce contro il vetro, quella Pro offre 24 piogge extra e aggiornamenti settimanali. Per Android e iOS.

Cloud Computing



LECCIONI

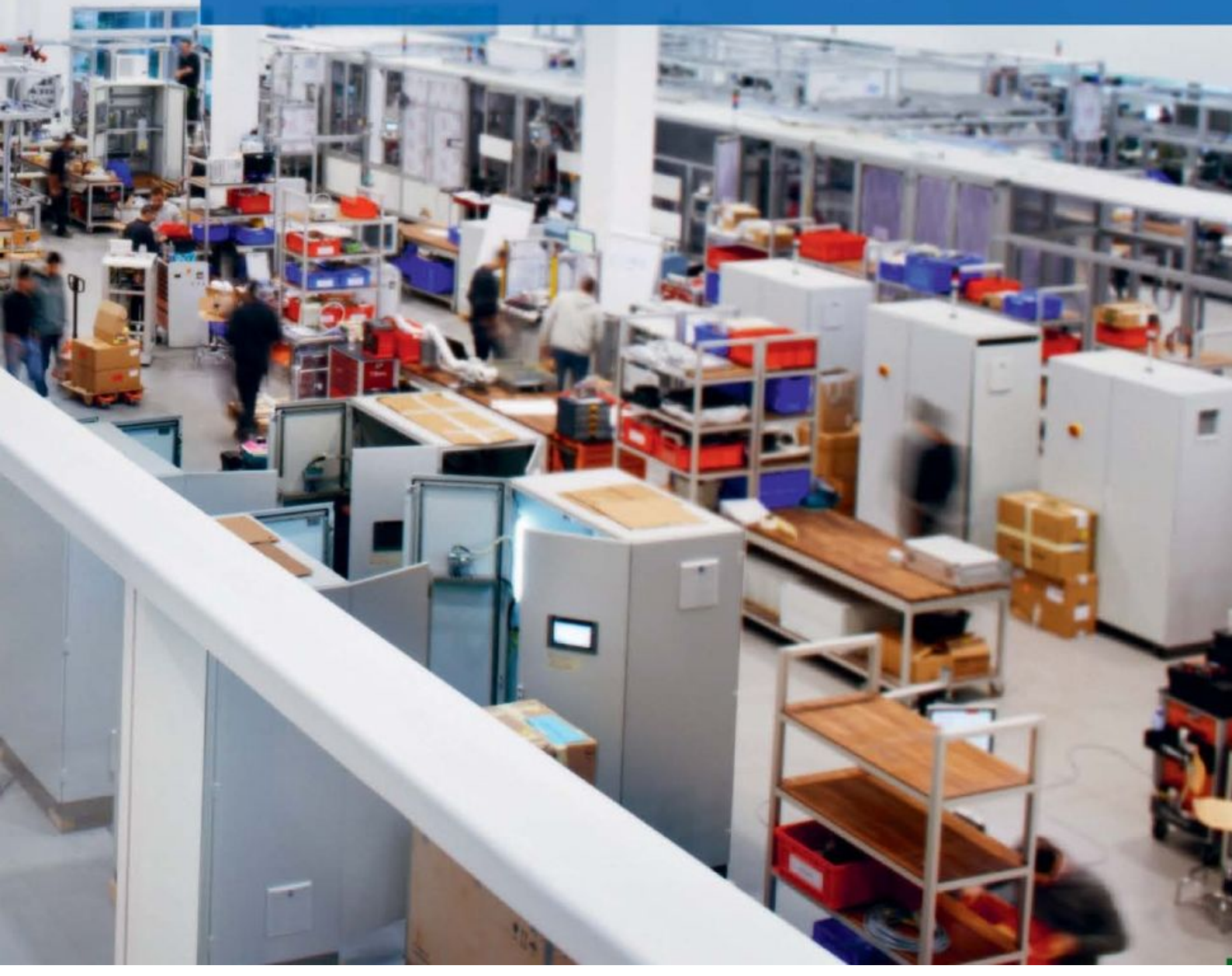
TIM Impresa Semplice

Portare la complessità fuori dalla tua azienda è davvero semplice.

Con i servizi di **Cloud Computing** puoi creare un nuovo modo di lavorare. La tua azienda libera l'energia necessaria per immaginare nuovi scenari e il tuo business cambia, si evolve e cresce con te.



Per maggiori informazioni sui servizi
vai su **impresasemplice.it**



**IL WELFARE
AZIENDALE
FA CRESCERE
L'IMPRESA**

Misura il livello di welfare della tua azienda.

Iscrivi la tua impresa alla Ricerca Welfare Index PMI 2017,
otterrai gratuitamente una fotografia esatta
dello stato del welfare nella tua azienda comparato
con le esperienze più avanzate del tuo settore.

È il primo passo, per poi valutare eventuali
nuove iniziative da realizzare per i tuoi dipendenti,
cogliendo così i nuovi vantaggi fiscali previsti
dalla Legge di Stabilità.

Per partecipare:

www.welfareindexpmi.it

con la partecipazione di:



promosso da:





CHE GUSTO C'È A CONQUISTARLA CON UN'APP?

Utilizzare la tecnologia online per rivalutare le emozioni offline. Questo è l'obiettivo di Didier Rappaport, fondatore dell'app Happn. Perché, almeno in amore, gli algoritmi non funzionano

di Chiara Cantoni

«**L**a permeabilità fra le due dimensioni online/offline, evidente oggi nell'e-commerce, dove emerge un trend di ritorno dal web al negozio, entrerà sempre di più in tutti gli ambiti del digitale, relazioni incluse». Didier Rappaport, ceo e fondatore di Happn, l'app che sta rivoluzionando l'industria del dating, ne è fermamente convinto: «Lo smartphone è ormai una protesi naturale, ma ciò che

tutti noi gli chiediamo è di riconnetterci alla vita reale». Lanciata nel 2014 e in crescita di 2 milioni di membri al mese, Happn nasce da numerose ricerche di mercato e dall'opinione degli utenti sulle piattaforme di incontri: «Troppe virtuali, ingannevoli e laboriose nell'iscrizione, che sottopone infinite domande per consentire all'algoritmo di selezionare i partner ideali». Ed ecco il grande bluff: «Gli algoritmi dell'amore sono una trovata pubblicitaria, che nella realtà delude sempre. Non solo perché le persone tendono a fornire informazioni ritoccate falsando i profili, ma anche perché non esiste formula che possa garantire l'anima gemella: davvero, nel Terzo millennio, abbiamo bisogno di appuntamenti combinati come facevano le agenzie matrimoniali 50 anni fa? È un'idea obsoleta, mascherata di modernità».

Riscoprire la dimensione poetica e vitale dell'incontro, riportandolo in uno spazio di interazione offline, è la missione di



Happn, lanciata nel 2014, è una delle app di incontri sentimentali più famose al mondo.

Happn, prima app che utilizza l'iper-geo-localizzazione in tempo reale per rilevare la presenza di altri membri nel raggio di 250 metri e ricostruire in home page la cronologia dei profili incrociati nelle 24 ore, così da poter ritrovare le persone che hanno suscitato un interesse. Con due pos-

sibili mosse: la prima, più discreta, consiste nell'invio di un cuore, un like segreto, gratuito, che viene visualizzato solo in caso di reciprocità, abilitando la conversazione; la seconda, più audace, è l'invio di un charm a pagamento, un like subito visibile al destinatario. «Niente algoritmi, niente false promesse, niente shopping tra i profili: la scintilla scatta quando meno te la

aspetti, a una festa, al lavoro, in palestra. Happn aiuta a ritrovare il sorriso che ti ha colpito per la strada, senza proporsi come luogo d'incontro alternativo e senza sostituirsi all'imprevedibilità della vita».

La nuova funzione See you there, che permette ai 17 milioni di happner nel mondo, 700mila solo in Italia, di proporre in tempo reale un'attività da fare insieme, esplicita una volta di più l'obiettivo: incoraggiare l'incontro vis-à-vis, davanti a un drink, a un film, o una delle opzioni presenti in menù e istantaneamente visibile agli altri utenti. «Se la società evolve sempre di più verso il paradigma social, la nuova release sposta il focus sulla natura di meeting app, che in futuro potrebbe essere utilizzata per incontrare persone anche senza un'implicazione necessariamente sentimentale», dice Rappaport. «L'interfaccia, inoltre, è semplice, ludica, immediata, come richiede la fruizione da mobile: l'iscrizione obbligatoria tramite Facebook garantisce l'attendibilità dei profili, eliminando gli account fasulli, mentre la messaggistica vocale, la sincronizzazione con Instagram e l'integrazione con Spotify permettono di condividere elementi emozionali come la voce, le foto, la musica».



Già co-fondatore e direttore operativo di Dailymotion, il secondo più grande sito di video-sharing al mondo, Didier Rappaport, 61 anni, ha creato, insieme con i partner Fabien e Antony Cohen, la dating app, Happn, oggi presente in 45 delle più grandi città del pianeta.

L'OPINIONE

MA UN SMS NON HA IL PROFUMO DI UN FIORE REGALATO

di Stefano Piedimonte

Quant'è comodo, oggi, fare il filo a una donna. A cominciare dall'espressione «fare il filo». È meno impegnativa, no? Più al passo coi tempi. Una volta si diceva fare la corte. E una volta, soprattutto, era una faccenda molto impegnativa. Parlo di fatica fisica, di sforzo, movimento, azione. Quante calorie bruciate per andare dal fioraio a comprare un fascio di rose? Quante per allestire, con goffaggine e malagrazia, al

limite, una cenetta intima? Quanto impegno per scrivere una lettera d'amore? Forse ci si è un po' scordati che l'amore, appunto, è azione. Lo dice John Banville in un suo bellissimo romanzo, Teoria degli infiniti, e lo diciamo noi derelitti, reduci dagli antichi, e talvolta vittoriosi, corteggiamenti.

Non c'entra niente con l'età, attenzione. È una questione che riguarda l'idea stessa di amore e di corteggiamento. Nel cor-

Le donne accettano mail e like solo perché noi maschi siamo materiale deludente

teggimento 2.0, un messaggio su WhatsApp equivale a un fiore. Ma non ha lo stesso profumo. E una donna, ahimè, se ne accorge. Può anche andarle bene, per carità. Detto da uomo a uomo: la logica del massimo guadagno col minimo sforzo ha un senso profondo. Anche quella del migliore offerente, però, ne ha uno. Quando la donna, la tua donna, o la donna che stai corteggiando, trova qualcuno che al posto del messaggio le manda un bel mazzo di tulipani... be', potresti avere qualche problema. Quando la dama che concupisci scopre che esiste ancora il corteggiamento vintage, quello che odora di petali e di cera sciolta, di piccole premure quotidiane; quando la signora si fa un'idea, ammesso che non ce l'abbia già, del fatto che oltre ai cavalieri con l'iPhone esistono quelli con la stilografica, il rapporto si complica.

L'approccio telematico è rapido, ma insipido. È semplice, ma noioso. Quand'è stata l'ultima volta che hai tamponato una bella donna alla fermata del bus? Lo chiedo a te che stai leggendo se sei single, chiaramente, o anche in una coppia aperta, o anche un traditore e basta. Ricordi l'emozione? Il timore del due di picche, il terrore vero e proprio. La timidezza nel leggerle gli occhi per capire cosa pensa, se sta per dirti un mezzo sì o sta per snobbarti alla grande. La vergogna. L'imbarazzo. Le aspettative. I battiti accelerati. Tutte queste cose insieme hanno un nome: vita. E le donne, la vita, la sentono più degli uomini. Sono più delicate, più sensibili alla chimica, ai pollini nell'aria, alle maree. Le donne hanno per la vita, e per ogni gesto in cui essa si cela, il fiuto che hanno i gatti per il pesce. È naturale,

no? È una questione antropologica. Sono abituate a generarla. Accettano un'email, piuttosto che una lettera scritta a mano. Accettano un sms, piuttosto che una rosa. Accettano un like su Facebook, piuttosto che un calice di rosso. Un retweet, piuttosto che un vero complimento. Lo accettano perché, in questo senso, il campionario umano è abbastanza deludente. E continuano ad accettarlo. Sono capaci di far finta per diversi anni, di dirci che va tutto bene, che sono le normali dinamiche di un rapporto di coppia. E noi, Dio ci perdoni, sembriamo dei deficienti. Così pratici nel lavoro, così stupidi in amore. Sappiamo bene, lo sappiamo tutti, che una cosa vale quel che costa. Sap-

priamo bene che un gesto, così come un oggetto, si porta dietro la sua intera storia, e viene giudicato in base alla fatica che ha richiesto, in base al rischio che ha comportato, alla sua rarità. Ebbene, proprio per la sua rarità, nel tempo del corteggiamento 2.0, quello dove si usano soltanto i pollici, e il più virile è quello che smanetta meglio col cellulare, una rosa, o anche un «sei bellissima» detto da una bocca vera, magari impacciata per l'emozione, e non da un alto-parlante, possono avere un valore altissimo. Un valore decisivo. Possono fare la differenza tra uno spasimante (che è una parola antica) e un nerd (che è una parola piena di pericolose assonanze).

VICTORIAS SECRET



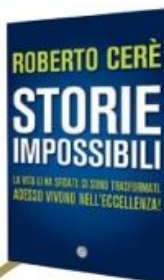
NUOVI MOTIVATORI

IL WEB SI DOMINA IN SOLI 7 SECONDI

di Chiara Cantoni



Ventimila copie ordinate prima ancora di arrivare in libreria, tanto da richiedere una seconda ristampa e, in pochi giorni, balzare in testa alla classifica Feltrinelli dei cento titoli più venduti. Che l'ultimo libro di Roberto Cerè, *Storie impossibili*, sia un caso editoriale lo dicono i numeri. Che lo sia diventato soprattutto grazie al tam-tam della rete lo dice lui, il coach numero uno d'Italia, già autore da 100mila copie con un classico della letteratura motivazionale, *Se vuoi puoi*, e un portfolio di clienti che annovera i top manager di colossi come Gucci, Ferrari, Banca Intesa, Benetton e Matel. «Al web devo gran parte della popolarità e il 98% del business», confessa. Con i suoi seminari e gli oltre 10 milioni di video corsi venduti online, ha cambiato la vita a migliaia di persone che lo confermano ogni giorno sui social: 1,7 milioni di visualizzazioni e oltre 354mila like sulla pagina Facebook Dr Cerè, più 5.700 iscritti al canale YouTube.



Storie impossibili è il nuovo libro di Roberto Cerè (Mind, 18 euro). www.drcere.com

«Il web è un amplificatore immediato, capillare e senza costi all'ingresso», dice. «Lo capii una sera, guardando la campagna elettorale di Barack Obama rimbalzare in rete. Il giorno dopo ripetei davanti alla telecamera ciò che avrei detto vis-à-vis per motivare ad acquistare i miei corsi e misi il video su YouTube. Era il 2007, guadagnavo mille euro al mese: oggi, chiudo l'anno fiscale con un reddito personale di 4 milioni, superiore allo stipendio di Tim Cook». Potrebbe essere una delle storie impossibili raccontate nel libro e, invece, no: per ribadire, una volta di più, che se vuoi puoi, Cerè ha scelto vicende umane estreme, 50 sfumature di coraggio per altrettante vite spezzate e incredibilmente rinate, un omaggio a chi, da Alessandro Zanardi a Stephen Hawking a Simona Atzori, ha lottato e vinto contro ogni aspettativa. «Ora tocca a me contribuire alla vittoria di chi non ha i mezzi: l'incasso della prima settimana e i diritti a vita del libro sono andati agli orfani sieroposi-



Roberto Cerè, 46 anni, nato a Milano. Ha fondato il MICAP, Master internazionale in coaching ad alte prestazioni. Il ricavato della prima settimana di vendita del suo libro *Storie impossibili* è andato in beneficenza alla missione Saint Martin, in Kenya.

tivi della missione Saint Martin, in Kenya».

Un impegno comunicato online a pochi giorni dall'uscita, che ha scatenato la corsa alla prenotazione. «Il web è un microfono meritocratico, dà a tutti la possibilità di parlare ad alta voce: se il contenuto è valido, scalare la popolarità è un attimo, ma lo è anche il giudizio e bisogna saperlo gestire. Pena, restarne vittime». Come dire, occhio a quel che si vende.

E a come lo si vende. «All'utente della rete, il curioso digitale, non interessa sapere quanti muscoli hai, quanti premi, quanti titoli, ma se hai capito il suo problema e sei in grado di risolverlo». Parafrasando il teologo americano Reinhold Niebuhr, non c'è risposta a una domanda che non si pone. «Capire bene obiettivi e aspettative del tuo interlocutore è il primo esercizio. Sul web, hai sette secondi per renderti ascoltabile: o parli a quel bisogno, con empatia e onestà, o sei l'ennesimo rumore di fondo in un brusio di email, tweet, WhatsApp», conclude. «Il valore del prodotto/messaggio resta il presupposto, la capacità di comunicarlo è la differenza fra l'aspirante e il protagonista digitale».

LE TIPOLOGIE DIGITALI SECONDO CERÈ

- 1 CURIOSO.** È il tipico fruitore di contenuti digitali. Se ha rimpiazzato la radio con Spotify, la tv con Netflix e i giornali con i social, è solo perché vive nel Terzo millennio, con l'unica distinzione generazionale tra i più maturi utenti di Facebook e gli imberbi utenti di Snapchat. In entrambi i casi, non cerca nel web un acceleratore di carriera: solo intrattenimento, solo informazione. Bene così: senza un pubblico, i protagonisti non avrebbero mercato.
- 2 VITTIMA.** È sicuro che l'hashtag sia un attributo cartesiano dell'esistenza e che il pollice opponibile esista per digitare su WhatsApp, il primo pensiero al risveglio, l'ultimo prima di addormentarsi. Il sonno, in fondo, è solo un'inutile parentesi fra il post della buonanotte e il tweet del buongiorno, con sbirciatine d'ordinanza da sotto le lenzuola. Per commentare i like nel dormiveglia, si capisce. Occhio, però, alla compulsione da #social ergo sum: il web ha la memoria lunga, un azzardo di troppo può costare caro.
- 3 AMBIZIOSO.** Ha intuito il potenziale del palcoscenico digitale e aspira a farne uno strumento di indipendenza finanziaria, un mezzo efficace per promuoversi o promuovere un business: dopo tutto, per ritagliarsi uno spazio di popolarità su YouTube, una propria *Isola dei famosi* privata, bastano uno smartphone e un'idea. Video tutorial e parodie sono le formule in voga, ma l'ultima parola spetta ad Akinator, il genio del web che indovina i personaggi noti: finire nel suo algoritmo è la vera consacrazione.
- 4 PROTAGONISTA.** Se un buon prodotto da solo non fa la fortuna, il prodotto giusto nel posto e al momento giusto ha tutte le chance. Groupon e i social network esplosi in piena crisi non sono un caso: ogni successo dice del suo tempo. Il protagonista è quello che ha saputo leggerlo meglio di altri e governare il web di conseguenza, empatizzando con i desideri e le paure, le aspettative e le fobie del suo presente.