

DigitEconomy.24 – IL FUTURO DI RETI E PIATTAFORME NEL POST COVID

L'INTERVENTO DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO DI VODAFONE ITALIA

Bisio: «Con rete unica grande rinuncia alla concorrenza, garantire pari condizioni»

«L'ingresso di Open Fiber nel mercato è molto positivo anche perché ha comportato un'accelerazione negli investimenti anche del concorrente, cioè Tim: tutto ciò fa bene alla qualità del servizio e ai costi. Rinunciarvi rappresenterebbe una grande rinuncia. Se posso esprimere un desiderio, auspicio continui a esserci competizione». Aldo Bisio, amministratore delegato di Voda-

fone Italia, nel corso di un webinar organizzato dalla Luiss Business School torna sul tema caldo della rete unica, chiarendo che l'optimum dal suo punto di vista è la competizione. Se poi si dovesse realizzare un'unica infrastruttura, con le reti di Tim e Open Fiber, scelta che «spetta agli azionisti delle

>> continua a pag. 2



↑ Aldo Bisio, amministratore delegato di Vodafone Italia

L'AD DI INFRATEL

«Rete unica fondamentale per il Paese»



↑ Marco Bellezza, ad di Infratel

La realizzazione di una rete unica, combinando quella di Tim con Open Fiber, è «fondamentale per il Paese» come ritiene il ministro dello Sviluppo economico, Stefano Patuanelli, e gli eventuali profili concorrenziali saranno «approfonditi dalle autorità preposte». Lo rileva Marco Bellezza, amministratore delegato di Infratel, braccio operativo del Mise che realizza il piano Banda ultra-larga, in un momento in cui, anche su spinta dell'emergenza Covid, si è intensificato il dibattito sulla rete unica, infrastruttura che potrebbe accelerare la digitalizzazione del Paese. Si ragiona sul modello da adottare, se wholesale only, cioè che prevede l'offerta dell'infrastruttura solo all'ingrosso, o con operatore verticalmente integrato, come nel caso in cui il controllo della rete fosse in capo a Tim che commercializza anche i servizi al dettaglio. Quanto allo sblocco delle 5.000 centrali-

>> continua a pag. 4

L'INTERVISTA AL COUNTRY MANAGER LUCA COLOMBO

Facebook: «Messaggistica ed e-commerce per l'export delle Pmi»

La fase due e la fase tre dell'emergenza coronavirus passano anche attraverso nuovi modelli di impresa. E Facebook, che ha già avuto un ruolo di protagonista nei giorni del lockdown con l'aumento esponenziale dell'uso di whatsapp e delle videochiamate, punta a essere centrale anche nell'attuale e nel prossimo periodo. La piattaforma di Palo Alto ha infatti un dialogo aperto con molti settori di punta del sistema italiano, dalla grande distribuzione alla moda, per un diverso e più proficuo utilizzo delle piattaforme di messaggistica e delle chatbot (cioè i software capaci di interagire con le persone) nell'ottica di fornire nuovi servizi e customer care ai clienti. A tracciare un quadro è Luca Colombo, country manager di Facebook, nel corso di un'intervista a DigitEconomy.24 sull'emergenza che stiamo vivendo e sui prossimi orizzonti che si aprono. «Messaggistica ed e-commerce», spiega Colombo, si candidano innanzitutto a diventare «un mezzo per consentire



↑ Luca Colombo, country manager di Facebook Italia

anche alle imprese piccole e medie di cogliere l'opportunità dell'esportazione, grazie anche alla presenza globale di Facebook». Per quanto riguarda il sistema Italia, che in generale non ha una forte propensione alla digitalizzazione, bisognerà fare i conti con la domanda crescente di connettività e risolvere, ad esempio, prosegue Colombo, il problema del digitale divide. Quanto infine alle esigenze di tutela della privacy di fronte a un uso crescente di dati e immagini, Colombo assicura: «è alla base di tutto quello che facciamo».

Facendo un bilancio sull'emergenza coronavirus, quali numeri avete regi-

strato e come gli strumenti offerti da Facebook possono essere bilanciati con le esigenze di privacy?

Gli strumenti di connessione hanno consentito di vivere in modo più «dolce» i momenti dell'emergenza e le misure di confinamento che ne sono seguite. Le conversazioni video sono raddoppiate, i messaggi sono aumentati del 50%; se guardiamo il livello di utilizzo sia come metrica sia come riflesso di apprezzamento, i numeri parlano da sé. Le video conversazioni fra tre o più persone sono cresciute del 1000% e sono state utilizzate anche per aperitivi o altri momenti sociali online. Peraltro, di recente, abbiamo lanciato "Messenger Rooms" che va proprio in questa direzione. In questo periodo si è visto come la tecnologia è al centro per le persone e per le aziende, aiuta a colmare i gap, supplisce alle carenze di prossimità. E la privacy è alla base di tutto quello che facciamo.

>> continua a pag. 3

«Una legge obiettivo per sviluppare fibra e 5G»

aziende che possiedono le due reti», il tema non è realizzarla o meno, «il grande problema può sorgere nel momento in cui la governance non sia in grado di assicurare condizioni di level playing field. Nessuno credo giocherebbe in un campionato di calcio dove l'arbitro possa essere un giocatore di una delle squadre. Qualche doverosa cautela me la pongo». Sul tema del controllo, inoltre, «noi siamo favorevoli alla rete unica a patto che sia wholesale only, che tutti i retailer siano trattati allo stesso modo e che non ci sia il controllo sulla rete unica da parte di uno dei retailer».

In un momento in cui da più parti si invoca un'unica infrastruttura di rete anche per soddisfare la fame di banda ultra-larga che è aumentata esponenzialmente con l'emergenza Covid, il numero uno di Vodafone Italia spiega che «l'Italia è l'unico Paese a non aver avuto una concorrenza infrastrutturale su rete fissa. Si vuol far credere che la rete unica sia la soluzione, ma nel resto del mondo c'è stata sempre competizione infrastrutturale», grazie soprattutto alle tv via cavo. Tirando le somme sul dossier rete, per Bisio è innanzitutto fondamentale «favorire lo sviluppo e l'accelerazione della rete in fibra fino a casa (Ftth): le altre tecnologie potevano andare bene pre Covid, oggi abbiamo visto che non sono a prova di futuro. E' l'unico investimento che abbia veramente senso»; «se farlo con rete unica o meno è una decisione degli azionisti, se scegliere un controllo verticalmente integrato oppure no è una decisione che in ultimo spetta all'Antitrust». Questione della rete unica a parte, quanto al problema attuale del digital divide, Bisio ricorda che ci sono ancora 5,5 milioni di abitazioni senza connessione veloce: «non posso che auspicare che Open Fiber acceleri il deployment in queste aree».

Oltre alla banda ultra larga fissa, un altro must per costruire il mondo post Covid è rappresentato dal 5G. Riguardo al problema della sicurezza «non c'è nessun problema strutturale – precisa - inerente agli apparati 4G o 5G da parte di nessun tipo di provider, né europeo né asiatico. Non c'è mai stata la pistola fumante sul fatto che ci fossero deliberatamente delle backdoor».



↑ sede di Vodafone Italia

Per evitare ritardi nell'implementazione delle reti, sia in fibra sia per il 5G, Bisio suggerisce al governo italiano «di operare una grande semplificazione amministrativa. Non deve succedere che qualsiasi stakeholder locale possa avere diritto di veto su un'opera nazionale, non è possibile che ogni singolo comune possa bloccare i lavori». Bisio

“ *Post Covid da internet of things molte opportunità, lavoriamo a partnership* ”

lancia dunque l'ipotesi di pensare «a una legge obiettivo che ponga Ftth e 5G come opere di interesse preminente del Paese, per le quali non possano esserci impedimenti a livello locale da parte di chicchessia».

Guardando invece alla situazione all'interno delle aziende tic post Covid, Bisio delinea una situazione in chiaroscuro, con «elementi di criticità nel brevissimo e opportunità nel lungo periodo». Da un lato i gruppi soffrono per l'assottigliamento dei ricavi da roaming e per il problema riguardante la mancanza di liquidità delle micro imprese. Nel caso del roaming «ci possiamo fare poco, speriamo tornino i turisti e riparta la società dei contatti. Ci sono inoltre altri fattori

drenanti. Pur avendo avuto un picco nella domanda di dati anche del 60% in più sulla rete fissa, noi offriamo dati illimitati». Ovvero: l'aumento dei consumi non si riverbera sui ricavi. Riguardo alle imprese in crisi di liquidità, in particolare «il tema è quello della velocità degli aiuti del governo, che devono essere tempestivi: vanno bene le manovre sul credito, ma va rappresentato il carattere di urgenza dell'erogazione fondi».

Ma il Covid comporta anche nuove sfide e opportunità. «Stiamo già lavorando – racconta Bisio – ai nuovi bisogni delle imprese, dei cittadini, dei consumatori; l'Internet of things sta avendo un'accelerazione, e per noi si tratta di un'opportunità importante. Se saremo bravi riusciremo a compensare le perdite immediate che sicuramente avremo». Su questo fronte il gruppo sta spingendo sulle partnership, necessarie per «intercettare nuovi bisogni in maniera semplice ed efficace; stiamo inanellando una serie di accordi, ultimo quello con Microsoft, con diverse aziende che ci permetteranno di essere protagonisti nell'arena competitiva dell'IoT. Grazie al 5G, ad esempio, nel mondo della sanità o dell'industria 4.0 ci saranno grandi potenzialità».

Proseguiranno, dunque, i piani di investimento di Vodafone nella nuova tecnologia, presente in cinque città italiane. «Abbiamo un piano di roll out delle reti abbastanza importante, cre-

do che continueremo a perseguirlo». Guardando alle grandi città dove Vodafone è già presente, «Milano è già tutta in 5G, Roma parzialmente e la completeremo nel corso di quest'anno, come le altre grandi città italiane. Ma oggi il deficit non riguarda tanto la rete ma la domanda di terminali», dove le tensioni fra Stati Uniti e Cina hanno frenato la diffusione degli smartphone Huawei e, quindi, «la penetrazione dei terminali 5G sta vistosamente rallentando».

Sul fronte consumer, per avere «qualcosa di robusto e visibile nel Paese credo ci vorrà ancora un po', 12-18 mesi come orizzonte», ha detto Bisio che intravede un'area in cui il 5G la farà presto da padrone ed è l'area del gaming, dove le caratteristiche di velocità e latenza della nuova tecnologia saranno molto apprezzate: «in Italia ci sono oltre sette milioni di gamers assidui, che giocano quasi tutti i giorni».

Last but not least, Bisio ha affrontato la questione del connubio tra telecomunicazioni e contenuti. Dal lato Vodafone, «noi – ha chiarito - non vogliamo competere su contenuti esclusivi, non credo entreremo mai nella produzione». «Il nostro mestiere, invece, è aggregare e distribuire i contenuti. Le telco Usa hanno fatto scelte anche molto diverse, ma noi soprattutto in Europa vediamo il ruolo suddetto, che comunque richiede livelli di integrazione fra piattaforme e connettività molto importanti». ■

«Colmare digital divide per dare pari opportunità»

Il tema del digital divide, diventato più impellente con l'accelerazione digitale dovuta al Covid, è anche un tema di dare pari opportunità ai cittadini. Lo sottolinea, in un'intervista a DigitEconomy24, la ministra per le Pari opportunità, Elena Bonetti, in un momento in cui gli occhi del Paese sono puntati sulla riapertura delle scuole e sulla possibilità di usare ancora la didattica da remoto. Ora, spiega la ministra, è «urgente colmare ritardi, anche sulle competenze digitali», destinando «adeguate risorse economiche a colmare il divario». Quanto alla proposta di Confindustria Digitale di dotare le scuole dei computer per gli studenti, Bonetti la giudica «un'ipotesi che si muove nel solco delle pari opportunità e credo debba essere attentamente approfondita, prima che l'esigenza di colmare le disuguaglianze esploda come urgenza sociale».

In vista di una riapertura delle scuole e dell'ipotesi di usare ancora anche la didattica a distanza, come si può colmare il digital divide e dare pari opportunità agli studenti?

Queste settimane hanno fatto emergere con ancora più nitidezza le tante situazioni di fragilità del nostro Paese. La stessa didattica a distanza, che in molti casi ha dato risultati incoraggianti, grazie alla responsabilità e al lavoro congiunto di docenti e studenti, ci ha d'altro canto ricordato quanto il rischio di acuire le disuguaglianze sia sempre dietro l'angolo, sia per motivi strutturali sia contingenti. I dati Istat pubblicati nelle scorse settimane lo hanno confermato: un terzo

delle famiglie italiane non ha un computer o un tablet in casa e la quota scende tra le famiglie con almeno un minore. Sono dati che ci fanno riflettere sull'urgenza di colmare ritardi, anche sulle competenze digitali. C'è un punto di partenza da mettere a fuoco per la politica: l'educazione non è un fatto privato, ma un impegno che dobbiamo assumerci come comunità. Questo vuol dire, naturalmente, destinare adeguate risorse economiche a colmare il divario, ma anche investire in politiche educative di supporto. Col ministro dell'Università e della ricerca Gaetano Manfredi ho ad esempio studiato una misura che preveda, per i laureandi in scienze dell'educazione, la possibilità di aiutare i bambini nella didattica a distanza, acquisendo crediti formativi. La crisi sanitaria ci può dare un'opportunità straordinaria sul fronte educativo. La politica e le istituzioni hanno il compito di coglierla e di mettere in campo tutte le azioni necessarie perché queste distanze si riducano e nessuno sia lasciato indietro.

Colmare il digital divide è anche un problema di reperimento delle risorse. Dove trovare i finanziamenti necessari?

Il tema delle risorse esiste e i mesi che ci attendono saranno particolarmente complessi. Per le famiglie,



↑ La ministra per le Pari opportunità, **Elena Bonetti**

per le imprese, per il Paese nella sua interezza. Come dicevo poc'anzi, però, questa crisi può e deve trasformarsi in un'opportunità, che vuol dire assumersi la responsabilità storica di fare scelte e investimenti per il futuro. Dobbiamo tracciare la strada per i prossimi anni e dobbiamo farlo bene. L'emergenza ha acceso i riflettori su tanti settori strategici, penso alla scienza, alla ricerca,

al digitale, al terzo settore. E' questo il momento per aprire una riflessione per valorizzare le professionalità e le competenze di cui il Paese dispone, per ripartire e affrontare le sfide dei prossimi anni.

Il presidente di Confindustria Digitale, Cesare Avenia, ha chiesto di dotare le scuole di computer per gli studenti, in modo tale da renderli indipendenti dalle possibilità e dai mezzi della famiglia. E' un'ipotesi percorribile?

E' un'ipotesi che si muove nel solco delle pari opportunità e credo debba essere attentamente approfondita, prima che l'esigenza di colmare le disuguaglianze esploda come urgenza sociale. Credo possa trattarsi di un passo in avanti molto significativo, che consentirebbe di rendere accessibile quel diritto all'educazione purtroppo non sempre garantito in diversi contesti familiari e sociali. ■

>>> DALLA PRIMA PAGINA - L'INTERVISTA AL COUNTRY MANAGER LUCA COLOMBO

«Dal cibo al fashion i settori su cui puntare»

Quali criticità avete riscontrato nel sistema Italia nell'affrontare l'emergenza?

Nel settore della scuola, solo per fare un esempio, vanno innanzitutto formati gli insegnanti per la didattica a distanza, fattore comunque indirizzabile. Più problematico è invece risolvere la situazione degli studenti che non hanno accesso in termini di device e connettività. Tutto ciò porrà dei quesiti. L'Italia, inoltre, in generale non ha una forte propensione alla tecnologia digitale. Serviranno dei tavoli di lavoro per rimuovere degli ostacoli, come quello del digital divide. Tenendo conto che in futuro la domanda di connettività in Italia crescerà ancora.

Facebook è anche whatsapp, instagram, messenger: quale può essere il ruolo delle piattaforme di messaggistica e dei chatbot in questa nuova fase che si apre, dopo il lockdown?

Sul fronte delle imprese si sta vivendo una grande accelerazione. Con i gruppi della grande distribuzione stiamo lavorando su piattaforme di messaggistica che sono anche sistemi di customer care collegabili a operatori umani. Si possono ad esempio usare agenti virtuali di customer service, un misto fra automazione e human: in Francia ci stiamo lavorando. Un esempio di customer care che si può realizzare con la messaggistica è ad esempio quello adottato da Klm. La compagnia aerea olandese ha costruito un servizio su messenger per cercare il volo, comprare il biglietto, fare il check in. Nel momento in cui avremo un'abilitazione globale ai pagamenti (tipo Facebook Pay) e ci saranno applicazioni che consentiranno di agganciarsi in modo automatico, tutti i processi saranno anche più veloci. In generale messaggistica ed e-commerce rappresenteranno

un tema molto rilevante, un mezzo che consentirà a imprese piccole e medie di cogliere pure le opportunità di esportazione, grazie alla presenza globale Facebook. Oltre alla grande distribuzione, tutto il settore del largo consumo, come il cibo, le bevande, la cura della persona, il fashion, ora sta guardando a questo tipo di soluzioni con interesse. Il ruolo di Facebook sarà quello di aiutare a comprendere il futuro delle piattaforme per creare un aggancio con le strategie aziendali. E la prima opportunità è rappresentata proprio dall'export: piattaforme di messaggistica, e-commerce, comunicazione consentono alle aziende di muoversi dalla dimensione locale a quella internazionale. Guardando la situazione attuale, mi è particolarmente piaciuta una metafora utilizzata da Andrea Guerra quando ha detto che con il coronavirus è come se fosse entrata in pista la safety car: le

imprese, costrette tutte a rallentare allo stesso modo, dovranno essere veloci a ripartire.

Uno dei problemi di questi mesi sono state le fake news e in generale il proliferare di commenti più o meno fondati, sulla vostra piattaforma come su altre: come avete reagito?

Facebook collabora con l'International fact-checking network e in Italia, ad esempio, abbiamo lanciato a inizio aprile un servizio di fact checking su whatsapp: attraverso Facta, un progetto realizzato da Pagella Politica, gli utenti hanno a disposizione un numero whatsapp per verificare potenziali fake news. Facta ogni giorno analizza 10 potenziali fake news, dando i risultati sul loro sito e nelle stories di Facebook. Un progetto presentato anche al tavolo permanente "Piattaforme digitali e big data" di Agcom. ■

«Semplificati i rapporti con OF per accelerare su rete»

ne (i cabinet) che Tim realizzerà nelle aree bianche, zone non appetibili per il mercato dove Open Fiber si era aggiudicata tutti i bandi, Bellezza ricorda che l'autorizzazione è avvenuta in una situazione emergenziale: «Lo scenario post Covid - dichiara nell'intervista a DigitEconomy24, report di Radiocor e Luiss Business School - nel settore telco sarà evidentemente diverso e i soggetti istituzionalmente preposti dovranno ragionare alla luce del mutato scenario». Intanto, nei primi mesi del suo mandato, l'amministratore delegato di Infratel ha avviato «un programma di semplificazione» dei rapporti con Open Fiber «in modo da accelerare la realizzazione delle opere».

Quali le ragioni dei ritardi riscontrati sul piano Banda ultra-larga?

Il piano Bul (Banda ultra-larga) è in corso di realizzazione con particolare riferimento alle aree bianche del Paese. Non si può negare che il piano sconti dei ritardi dovuti a molteplici fattori: dalle iniziali difficoltà a ottenere permessi da parte del concessionario, criticità in larga par-

te superate salvo casi come Anas, alle inevitabili esigenze di assetto da parte di Open Fiber che è partita come una startup dopo essersi aggiudicata tutti i bandi pubblicati. In questi primi mesi qui a Infratel Italia in sinergia con il ministero dello Sviluppo economico ho avviato un programma di semplificazione nei nostri rapporti con Open Fiber in modo da accelerare la realizzazione delle opere ed entro metà giugno lanceremo un nuovo sito per il piano Banda ultra-larga (Bul), in modo che ogni cittadino possa avere contezza in maniera semplice sullo stato di avanzamento dei lavori, sulle coperture ed eventualmente sulle ragioni per le quali il cantiere il vicino a casa non va avanti.

L'attuale situazione ha dimostrato che forse non esiste un problema di domanda, ma piuttosto di offerta: come si può quindi accelerare lo sviluppo?

Mi permetto di rilevare che l'attuale situazione emergenziale ha ridotto le distanze sul lato della domanda rispetto alla media Ue. In questo quadro bisogna

utilizzare tutte le tecnologie disponibili e acquisire a tutti i livelli una maggiore consapevolezza sul carattere strategico del piano Bul. Strategico in termini competitivi e di sicurezza nazionale.

Open Fiber si è aggiudicata a suo tempo tutti i bandi Infratel basandosi sul modello di business di operatore wholesale only: come vede un'eventuale combinazione fra le reti di Open Fiber e Tim, che invece è un operatore verticalmente integrato?

Il ministro dello Sviluppo Economico Stefano Patuanelli ritiene fondamentale il progetto rete unica per lo sviluppo del Paese. I profili concorrenziali andranno approfonditi dalle autorità preposte.

Recentemente, sono stati sbloccati 5.000 cabinet di Tim per portare la banda ultra-larga nelle aree bianche dove pure dovrebbe intervenire Open Fiber: come gestire la concorrenza in queste aree dopo l'emergenza?

Il Decreto Cura ha abilitato in una fase emergenziale tutte le infrastrutture presenti nel Paese come giusto che fosse in

questa fase. Lo scenario post Covid nel settore telco sarà evidentemente diverso e i soggetti istituzionalmente preposti dovranno ragionare alla luce del mutato scenario.

Quali potrebbero essere iniziative e proposte per stimolare la didattica digitale e lo smart working, che si sono dimostrati pilastri fondamentali nell'emergenza?

In sede di Cobul (Comitato per la banda ultra-larga) è stato stabilito di avviare il piano scuole, per portare la banda ultra-larga in 32.213 plessi scolastici nei prossimi 2 anni e avviare il piano voucher per offrire connettività gratuita a cittadini e imprese. Una prima misura importante per il rilancio del Paese nella fase post Covid che ci auguriamo arrivi presto.

Dove prendere i fondi per potenziare le scuole, che la stessa Ue indica prioritarie nelle linee guida al 2025?

I fondi derivano dai risparmi di gara e dagli stanziamenti già previsti a livello di fondi nazionali e comunitari. ■

Nel lockdown boom in rete di menzioni del 5G, negative al 27%

I mesi del lockdown e dell'emergenza coronavirus hanno visto protagonista sui social network, suo malgrado, anche il 5G: nel bimestre marzo-aprile in rete sono state rilevate quasi 150.000 menzioni, che sono progressivamente cresciute da una media di 1.000 al giorno alle circa 3.000 dell'ultimo periodo sull'onda dell'accostamento tra 5G e il Covid-19 all'interno della proliferazione delle teorie più fantasiose sull'origine e la modalità di diffusione del virus. Numeri alla mano, il bilancio sul Net Sentiment (il saldo tra i promotori e detrattori) è diventato largamente negativo, con solo l'8% di menzioni positive contro il 27% di quelle negative. L'analisi è il primo frutto delle attività di Alleanza per il 5G, il knowledge hub creato da Luiss Business School e Ptsclas che vuole monitorare lo sviluppo del 5G in Italia attraverso l'analisi di diverse dimensioni, da quelle tecnologiche, ai benchmarking internazionali, fino alle dinamiche di mercato, di una tecnologia destinata a trasformare radicalmente il nostro modo di vivere la rivoluzione digitale. Uno dei sei ambiti di analisi riguarda proprio la sentiment analysis, vale a dire l'ascolto delle discussioni in rete e, in particolare, sui social media, la pancia digitale dell'Italia. Nei primi mesi di monitoraggio emerge chiaramente la natura multi-dimensionale di un fenomeno che attrae gli amanti

dell'innovazione, ma riesce anche ad aggregare le paure per la salute o lo straniero, fino a sconfinare nelle fake news. In particolare, analizzando il rapporto tra 5G e mesi del lockdown, si nota che è cresciuto l'engagement, vale a dire le interazioni innescate per rilanciare le discussioni in rete, che passa da 200.000 a gennaio a oltre 1,2 milioni ad aprile. Il picco è stato raggiunto il 7 aprile su Instagram con la parodia del sergente Hartman sulla causa del coronavirus. Al di là dell'ironia, mentre si assiste in Europa a casi di danneggiamenti di antenne, anche in Italia si è rivalizzato il dibattito sui presunti rischi per la salute e contro il dispiegamento delle nuove reti che ha portato numerosi amministratori locali a impedire o rallentare lo sviluppo della rete 5G in Italia, a prescindere da solide basi scientifiche. La ThemeCloud complessiva evidenzia l'intreccio di argomenti legati all'innovazione e al mercato accanto agli aspetti legati alla salute e la sicurezza, con i termini più ricorrenti che fanno riferimento ai lemmi: antenne, tecnologia, mercato, smartphone e sicurezza. Oltre agli hashtag dicotomici #5G e #STOP5G quelli più utilizzati sono stati #coronavirus #COVID19, ma anche #fakenews, seguiti, ma distanziati, dagli hashtag più legati all'innovazione come #AI, #robotics, #driverlesscar. Nei mesi precedenti, e fino alla seconda parte di marzo,

le valutazioni erano rimaste molto bilanciate, con una leggera prevalenza delle menzioni positive (attorno al 10%), che contrastavano sostanzialmente lo stesso numero di menzioni negative. Le prime facevano riferimento innanzitutto al potenziale innovativo del 5G e in particolare alle applicazioni nei sistemi a guida automatica, gli ambiti sanitari e le funzionalità dei nuovi smartphone, che rimangono un argomento di grande interesse in particolare per i più giovani. Le seconde rimanevano invece incentrate sui rischi per la salute derivanti dalle nuove antenne in corso di installazione e sulle iniziative dei movimenti contro il 5G. L'analisi del profilo dei promotori e detrattori mostra un coinvolgimento prevalente della fascia di età 25-34 anni per entrambi, ma contrariamente alle aspettative con un peso relativo maggiore della fascia 18-24 tra i detrattori. La Cina peraltro era già stata all'origine, per motivi totalmente diversi, del precedente picco di discussioni che hanno coinvolto il 5G all'epoca dello scontro commerciale tra Stati Uniti e Cina del 2019 e delle restrizioni sulle importazioni delle tecnologie di interesse strategico. Dando, infine, proprio uno sguardo all'estero, e in particolare agli Stati Uniti, si riscontrano valutazioni molto simili, con il peso delle menzioni negative che sale addirittura al 36 per cento. ■