

Il Sole 24 ORE

Fondato nel 1865
Quotidiano Politico Economico Finanziario Normativo



Elena Pasoli.
Direttrice della
Bologna Children's
Book Fair

A tavola con
Elena Pasoli
«Il desiderio
di lettura è vivo»
Dai bambini
segnali contro
la fine del libro

di Paolo Bricco — a pagina 9

SCARPA



MOJITO WRAP
BY SCARPA
**URBAN
TRAVELLER.**
SHOP ONLINE - SCARPA.COM

Domenica

INNOVAZIONE
IL PROGRESSO
SI FA CON
LA POLITICA

di Sebastiano Maffettone
— a pagina I



NORD-SUD
LA QUESTIONE
MERIDIONALE?
HA A CHE FARE
CON LE CLASSI
DIRIGENTI

di Giuseppe Lupo
— a pagina III



Tech 24

Nuove proposte
Tv, frigo e gadget
con l'intelligenza

di Gianni Rusconi
— a pagina 15



lunedì

L'esperto risponde
Partite Iva e flat tax,
conteggi a fine anno

— Domani con Il Sole 24 Ore

Nella sfida mondiale re dollaro fa la differenza

Geopolitica monetaria

Jackson Hole conferma
l'asse con l'euro: parità
sostanziale e stabilità

I Brics pensano alla valuta
comune, ma per ora solo
quella cinese pesa un po'

Vista da Francoforte
la sfida si sta spostando
sulle monete digitali

Si rafforza l'asse tra Usa ed Europa: Jerome Powell e Christine Lagarde, a Jackson Hole, sono stati perfettamente allineati sulla necessità di mantenere tassi di interesse elevati finché saranno necessari contro l'inflazione. Ma il fronte comune transatlantico riguarda una più ampia partita geopolitica: governi e banchieri, in Europa e negli Usa, lavorano per contrastare il rischio di frammentazione, finanziaria e valutaria, dell'ordine mondiale. Difendendo il dollaro come divisa leader, in una partnership con l'euro fatta di stabilità dei rapporti. E se i Brics pensano a una valuta comune, per ora in quell'alleanza solo la moneta cinese ha un minimo spazio di manovra globale.

Valsania e Bufacchi — a pag. 5

GRANDI BANCHE AMERICANE

Strategie opposte scelte
da JP Morgan e Goldman Sachs

— Servizio a pag. 11



Continuità territoriale. La Francia riesce ad ottenere molte più rotte e a prezzi stracciati tra la Corsica e la terraferma

TURISMO SVANTAGGIATO

**Biglietti aerei, in Europa
Sardegna penalizzata
rispetto alla Corsica**

Luca Benecchi — a pag. 10

Auto, Cina leader nell'export

Industria

Nel primi tre mesi superato
il Giappone, ma la quota
in Europa resta bassa (1,5%)

Dal primo trimestre 2023, con un prodigioso +80%, la Cina ha superato il Giappone come maggiore esportatore di automobili al mondo. A fine anno si stimano 4,4 milioni di vetture spedite all'estero (di cui 1,3 elettriche, raddoppiate). Per salire a 9 milioni entro il 2030. Al momento però la quota di mercato in Europa resta bassa: l'1,5% secondo Acea, con 26 marchi presenti.

Annicchiarico — alle pagine 2 e 3

CONCORRENZA

Così Pechino
vince la battaglia
(impari) dei dazi
con l'Europa

Alessandro Galimberti
— a pag. 3

LE REGOLE FISCALI DELLA UE

PER L'ITALIA
MEGLIO IL PATTO
OGGI CHE PIÙ
RIGORE DOMANI

di Marco Buti e Marcello Messori

Il obiettivo, formalmente condiviso da molti esponenti politici europei, ricalca le conclusioni raggiunte dall'Ecofin nel marzo scorso e reiterate dal Consiglio europeo di giugno: le nuove regole fiscali vanno approvate entro la fine del 2023. Noi riteniamo che questo obiettivo sia realistico e necessario. La definizione di tali regole fiscali prima delle elezioni europee di giugno 2024 è indispensabile per fare sì che la loro operatività parta da inizio 2025 e per definire accordi transitori a esse conformi per il 2024. Non vanno, tuttavia, sottovalutate le difficoltà che si frappongono al raggiungimento del risultato. Ammesso che il quadro normativo proposto dalla Commissione ad aprile 2023 sia avallato dal Consiglio europeo e votato dal Consiglio Ue, il varo di una sua componente essenziale (ossia il regolamento che stabilisce le regole per la riduzione degli alti debiti pubblici) dovrà essere poi adottato in codecisione dal Parlamento europeo.

— Continua a pagina 7

LA SVOLTA DI CHATGPT

INTELLIGENZA
ARTIFICIALE E
NUOVE REGOLE

di Stefano Scarpetta

Il lancio di ChatGPT, una piattaforma di intelligenza artificiale "generativa", lo scorso novembre ha colto molti di sorpresa. Quelle che erano speculazioni da science fiction sono di colpo sembrate possibilità reali di sostanziale e velocissimo impatto sul futuro prossimo. Ma l'impatto dell'IA sul lavoro, l'economia e la società resta ancora da valutare. L'Ocse ha dedicato all'argomento un'attenzione particolare, svelando un insieme molto articolato di fenomeni, con un punto in comune. La necessità di inquadrare l'utilizzo dell'IA all'interno di regole ben definite. Ma ciò richiede una profonda conoscenza della tecnologia e del suo impatto sociale.

— Continua a pagina 12

«Tassa extraprofitti, escludere titoli di Stato e piccole banche»

L'intervista

ANTONIO TAJANI



Vicepremier e ministro. Antonio Tajani punta con Forza Italia a modificare la tassa sugli extraprofitti delle banche

«Occorre riscrivere bene la norma che tassa gli extraprofitti delle banche affinché produca un effetto positivo sui conti dello Stato senza creare problemi al nostro sistema economico-finanziario e al bilancio dello Stato». Lo afferma il vicepremier e ministro degli Esteri, Antonio Tajani, segretario di Forza Italia. Il partito lavora a quattro emendamenti per evitare ricadute negative sulle aste dei titoli di Stato e per salvaguardare le piccole banche. Serafini — a pag. 4

MERCATO DEL LAVORO

Dieci ragioni
per cui l'Italia
non è un Paese
per giovani

Claudio Tucci — a pag. 6

FISCO E BITCOIN

Scatta l'ora
della sanatoria
per le criptovalute
Ecco come

Dario Deotto — a pag. 13

LETTERA AL RISPARMIATORE

Su che cosa punta
Alphabet:
cloud, Google
e pubblicità

Vittorio Carlini — a pag. 12

ELEZIONI IN OLANDA

Un nuovo leader
indipendente
contro l'esperto
Timmermans

Michele Pignatelli — a pag. 8

VICENZA
FOPE

DAL 1929



BUBBLE RINGS COLLECTION
fope.com

ABBONATI AL SOLE 24 ORE
2 mesi a solo 9,90€. Per info:
ilsole24ore.com/abbonamento
Servizio Clienti 02.30.300.600

Finanza & Mercati

Lettera al risparmiatore

Alphabet gioca le carte nell'intelligenza artificiale: cloud, pubblicità e Google

Focus. La nuova tecnologia è sfruttata per migliorare prodotti e business, ma è usata da altre società per spingere la concorrenza. Il nodo dell'Antitrust

di **Vittorio Carlini**

Intelligenza artificiale. È il nuovo Eldorado di Wall Street. Certo: la spinta del marketing sulla tecnologia, soprattutto al fine di sostenere i titoli in Borsa, è forte. Inoltre l'Artificial Intelligence (Ai) da tempo è presente in molti prodotti e business di varie aziende hi tech. Ciò detto, però, l'irrompere sul palcoscenico – soprattutto consumer – dell'Artificial Intelligence rappresenta un punto di svolta. Anche per società come Alphabet che già nel 2014 (allora ancora chiamata Google, in quanto la holding è creata nel 2015) acquista l'inglese DeepMind, società focalizzata proprio sull'Intelligenza artificiale.

La nuvola informatica

L'AI, a ben vedere, è un fil rouge trasversale a tante attività di Alphabet. Tra queste, un ambito dove certamente recita la parte da protagonista è il cloud computing.

La nuvola informatica, nel corso degli anni, ha aumentato la valenza strategica per il gruppo, pur non producendo – a livello di divisione – una continua redditività operativa annua. Secondo il terminale Bloomberg, Google Cloud nel 2017 valeva il 3,7% dei ricavi complessivi. Poi, l'anno successivo, l'incidenza è passata al 4,3% per arrivare, nel 2019, al 5,5%. Nel 2022 la nuvola informatica ha generato il 9,3% del giro d'affari e, nel secondo trimestre dell'attuale esercizio, è valsa il 10,7% del fatturato consolidato. L'incremento dei ricavi, però, non corrisponde – per l'appunto – alla creazione di profitti annuali: dal 2018 la divisione riporta perdite operative (2,97 miliardi di dollari il rosso del 2022).

Al di là di ciò, l'espansione del business – in particolare nei tempi più recenti – è conseguenza anche dell'Artificial Intelligence. «Google Cloud – dice Sundar Pichai, ceo di Alphabet – sta costruendo la sua leadership tecnologica nell'Intelligenza artificiale (...) Le nostre piattaforme sono sfruttate da Ai models, anche per il loro «allenamento». Insomma: il Graal hi tech è un ingrediente essenziale del cloud di Alphabet. Sennonché, il risparmiatore sottolinea, da una parte, che il settore è in frenata; e, dall'altra,

che non è detto che l'Intelligenza artificiale sia in grado di controbilanciare la maggiore debolezza del comparto. «Le imprese – conferma Roberto Sgri, già fondatore di Eurotech – sono restie ad investire. Inoltre il settore, nel passato, ha accelerato molto. Naturale, quindi, assistere alla frenata». Ciò detto, «l'AI richiede più servizi, maggiore potenza di calcolo, raccolta e custodia di enormi quantità di dati». Quindi, nonostante l'attuale volatilità, «la domanda di nuvola informatica», compresa quella di Alphabet, «rimarrà strutturale». «Inoltre – aggiunge Umberto Bertelè, professore emerito di strategia al Polimi – c'è molta attenzione, anche per questioni di sicurezza, rispetto alla diversificazione dei fornitori di servizi in cloud». Una condizione che può «rivelarsi positiva per aziende quali Alphabet». In tal senso non stupisce come, a detta di Statista, Google Cloud nell'ultimo quarter abbia guadagnato un punto percentuale di quota di mercato. È vero che Aws (nuvola informatica di Amazon) e Azure (cloud del gruppo fondato da Bill Gates) hanno rispettivamente il 32 e 22% di market share, mentre Google Cloud si accontenta dell'11%. Ciononostante, è innegabile che Alphabet – la cui divisione in oggetto nella prima metà del 2023 ha comunque postato un utile operativo di 586 milioni di dollari – abbia lanciato l'ulteriore sfida nella nuvola informatica, mettendo al centro l'Artificial Intelligence.

Il mondo della pubblicità

Già, l'Intelligenza artificiale. Questa è protagonista nello stesso business della pubblicità di Alphabet, legato a doppia mandata (oltre alla piattaforma YouTube) all'attività del motore

FOCUS

Secondo trimestre

Nel secondo trimestre del 2023 i ricavi di Alphabet sono 74,6 miliardi di dollari (+7% rispetto ad un anno prima). L'utile operativo è di 21,84 miliardi e l'utile netto di 18,37 miliardi (erano stati 16 miliardi nello stesso periodo del 2022)

di ricerca Google. In generale, secondo GroupM, l'advertising globale nel 2023, escludendo quello politico negli Usa, dovrebbe espandersi del 5,9%. In particolare per la pubblicità digitale – che rappresenterà sempre nel 2023 oltre il 68% del totale – è atteso un incremento dell'8,4%. Ciò: il tasso di crescita più basso dalla crisi Lehman. «Il trend è comprensibile – spiega Anna Uslenghi, docente di Advertising management alla Bocconi – Da un lato, viste le difficoltà macroeconomiche, la spesa nel comparto diminuisce». Dall'altro, «a fronte dei grandi balzi della pubblicità digitale nel passato, è logica la normalizzazione del settore».

In un simile scenario, la domanda è: l'AI rappresenta un nuovo combustibile per l'advertising, compreso quello di Alphabet? La risposta è articolata. «La presenza dell'AI nella pubblicità, seppure definita algoritmo avanzato, risale almeno a 10 anni fa», ricorda Uslenghi. Sotto questo aspetto quindi, non essendo una soluzione di continuità, «un vero punto di svolta non c'è». Ciò che, invece, apre nuove opportunità è la specificità dell'Intelligenza artificiale generativa. «Qui – afferma Bertelè – può parlarsi di una sorta di fantasia pilotata. La quale, in attività definite quali la pubblicità, permette ottimizzazione del risultato, efficientamento operativo e riduzione dei costi». In altri termini: «consente un migliore ritorno sull'investimento, che piace sia all'inserzionista che ad Alphabet». Di più. «L'uso dell'AI – rimarca Uslenghi – ha implicato, almeno per le campagne meno importanti e di breve periodo, l'internalizzazione dell'attività di marketing da parte delle società. Di nuovo, grazie a minori costi e scalabilità della tecnologia», un sostegno al business dello «spot» online. Ebbene: proprio tutti questi aspetti, analizzando ai raggi X l'ultima conferenza call di Alphabet, vengono spesso richiamati dal gruppo quali elementi essenziali nell'offerta di soluzioni per l'advertising (basta pensare a PerformanceMax). Sono i cosiddetti Ads product che da un lato, per l'appunto, da anni vengono supportati dall'AI; e dall'altro «vedono circa l'80% degli inserzionisti sfruttare l'Artificial Intelligence». Insomma: come per il cloud, l'AI è

TAGLIO DELLA PIANTA ORGANICA Alphabet ha, tra i suoi focus, quello dell'efficientamento operativo per migliorare (anche) la redditività. «Re-ingegnerizzare la base dei costi» è

l'indicazione data dalla società nell'ultima conferenza call sui dati del secondo trimestre del 2023. Tra le operazioni messe in campo, su questo fronte, dal gigante tecnolo-

gico c'è stata quella di ridurre di circa 12.000 il numero dei lavoratori. Si tratta di un dato che, secondo il sito layoffs.fy, vale intorno al 6% della forza lavoro del gruppo.

Il gruppo Alphabet in numeri

SEMESTRI A CONFRONTO

Dati in miliardi di dollari al 30/06/2022 e 2023



RICAVI E AREE GEOGRAFICHE

Dati in % sul totale al 30/06/2022 e 2023

	30/06/2022	30/06/2023	30/06/2022	30/06/2023	30/06/2022	30/06/2023
Stati Uniti	47	47	30	30	17	17
Emea	30	30	17	17	6	6
Asia/Pacifico	17	17	6	6	0	0
Altre Americhe	6	6	0	0		
Coperture Guadagni/perdite	0	0				

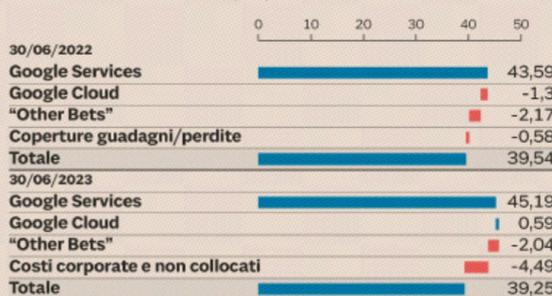
RICAVI E SEGMENTI DI BUSINESS

Dati in miliardi di dollari al 30/06/2022 e 2023



UTILE OPERATIVO E SEGMENTI DI BUSINESS

Dati in miliardi di dollari al 30/06/2022 e 2023



Marketing e home page

Il marketing è essenziale. Basta guardare alla home page di Google. Questa è bianca, senza pubblicità o banner. C'è in, linea di massima, solo il marchio sociale e il campo per la ricerca. Si tratta di un approccio che induce l'utente a credere, inconsciamente, di essere in una zona neutrale.

Di avere messo piede nella Grande Rete attraverso un cancello pubblico. Così: l'internauta è tranquillizzato. Pensa di essere in un posto neutrale. In realtà è su una piattaforma di una società privata e con le difese psicologiche abbassate. Un punto di partenza perfetto per le strategie aziendali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL DOSSIER
Tutte le "Lettere al Risparmiatore" sul sito del Sole nella sezione Finanza & Mercati
ilssole24ore.com

LA SVOLTA

CHATGPT SPARTIACQUE TECNOLOGICO

di **Stefano Scarpetta**

— Continua da pagina 1

ChatGPT è solo uno dei tanti strumenti dell'intelligenza artificiale, ma rappresenta uno spartiacque tecnologico, che ci ha dato una consapevolezza sul potenziale dell'IA. A preoccuparsi non sono solo i cittadini comuni, ma anche molti di quelli che hanno sviluppato questi modelli: una lettera aperta con più di 30 mila firme, tra cui alcuni dei principali scienziati dell'IA, chiede una pausa immediata degli esperimenti di IA generativa citando i "profondi rischi per la società e l'umanità". È probabilmente irrealistico fermare gli esperimenti; tra l'altro, anche dopo la lettera, gli investimenti miliardari sull'IA generativa sono continuati indisturbati. Ma è essenziale interve-

nire rapidamente per definire modi e forme di utilizzo dell'IA. Citando un economista americano del lavoro, David Autor, la domanda che dobbiamo porci non è cosa può fare l'IA, ma cosa vogliamo che faccia per noi. L'utilizzo dell'IA da parte delle imprese è ancora limitato a grandi gruppi e circoscritto ad alcune funzioni specifiche. Ma con l'entrata in scena dell'IA generativa la velocità di sviluppo e utilizzo è impressionante e il potenziale di trasformazione ancora in gran parte da realizzare. All'Ocse abbiamo condotto un'analisi dell'impatto dell'IA sul mercato del lavoro anche attraverso sondaggi. A oggi, la paura di una disoccupazione tecnologica di massa non trova riscontro nei dati. Perché siamo in una fase iniziale nell'adozione dell'IA, molte imprese

sono riluttanti a sostituire personale con IA, preferendo adeguare la forza lavoro con il rallentamento delle assunzioni, le dimissioni volontarie e i pensionamenti. Alcune aziende hanno sottolineato come a fronte dell'invecchiamento della popolazione e della carenza di manodopera, l'IA potrebbe contribuire ad alleviare la mancanza di lavoratori in alcune professioni. Tuttavia è chiaro che il potenziale di sostituzione rimanga significativo. Se chiediamo ai lavoratori esposti all'uso dell'IA di guardare al futuro, due su cinque ci dicono di temere per il loro lavoro nei prossimi 10 anni, e senza dubbio questa preoccupazione non potrà che aumentare. Occorre però evitare di cadere nella trappola di un "determinismo tecnologico", in cui la tecnologia

modella i cambiamenti sociali e culturali, piuttosto che il contrario. Da un lato, è necessario consentire ai lavoratori e ai datori di lavoro di cogliere i vantaggi dell'IA e di adattarsi ad essa, attraverso la formazione e il dialogo sociale. La formazione degli adulti, soprattutto quelli meno qualificati, sarà sempre più importante insieme all'investimento in scuole e università. Da un lato sono i lavoratori qualificati quelli più esposti, ma per molti di loro l'IA è uno strumento complementare che in molti casi aumenta la loro produttività e soddisfazione. Per i lavoratori a bassa qualifica il rischio di sostituzione è molto più elevato e sono questi ultimi che hanno meno accesso alla formazione.

D'altro canto, è urgente intervenire per inquadrare l'utilizzo dell'IA nei luoghi di lavoro in termini di privacy, sicurezza, equità e diritti del lavoro, così come per garantire responsabilità, trasparenza e "spiegabilità" delle decisioni supportate

dall'IA. La legislazione esistente in molti Paesi comprende disposizioni che sono rilevanti anche per l'IA. Ad esempio, tutti i Paesi Ocse hanno una legislazione che mira a proteggere i dati e la privacy, e in alcuni di loro, come l'Italia, la legislazione esistente contro la discriminazione è stata già applicata con successo in cause giudiziarie relative all'uso dell'IA sul posto di lavoro.

Ma non basta. L'utilizzo dell'IA a supporto di decisioni che incidono su opportunità e diritti dei lavoratori deve essere accompagnato da informazioni accessibili e comprensibili e da responsabilità definite. Ciò suggerisce la necessità di un intervento normativo specifico. In questo senso deve essere letta la proposta di legge europea sull'IA, che adotta un approccio basato sul rischio per garantire che i sistemi di IA siano supervisionati da persone, siano sicuri, trasparenti, tracciabili e non discriminatori.

La preoccupazione di molti esper-

ti è che il ritmo dell'intervento pubblico non sia al passo con i rapidi sviluppi dell'IA, soprattutto quella generativa, e che la risposta politica manchi di specificità e applicabilità. In questo senso l'Unione europea ha annunciato l'intenzione di introdurre un codice di condotta volontario sull'IA da adottare rapidamente. Ma occorre anche un'azione a livello internazionale. Il "Processo di Hiroshima sull'IA", lanciato dal G7 a maggio, dà una prima risposta con l'obiettivo di allineare i paesi del G7 (compresa l'Ue) intorno a un approccio concordato sull'IA generativa. La cooperazione internazionale è fondamentale per garantire un approccio comune che eviti una frammentazione degli sforzi che danneggerebbe l'innovazione e creerebbe un vuoto normativo che potrebbe portare a una corsa al ribasso.

Direttore Employment, Labour and Social Affairs Ocse

© RIPRODUZIONE RISERVATA