



Provati per voi

Accessori
Il mini-cubo
scatta i selfie
da lontano

Neoquebe è un gadget multi-funzione. È un «cubo magico» di soli tre centimetri per lato con quattro funzioni utili per la vita di ogni giorno. Basta il collegamento Bluetooth con lo smartphone per trasformarlo in altoparlante vivavoce, da usare in auto sia per telefonare a mani libere sia per ascoltare musica. At-



taccato poi al portachiavi opera come allarme anti-smarrimento: se ci si allontana più di 10 metri, invia un segnale acustico al telefonino. Inoltre consente di scattare selfie da lontano senza usare gli stick allungabili. Si attiva l'op-

zione «foto» dello smartphone, si tiene Neoquebe in mano e si preme il tasto su uno dei lati. Da migliorare la durata della batteria ricaricabile: l'autonomia dichiarata è di otto ore in standby e due ore in funzione. Prodotto dalla svizzera Neo, Neoquebe è distribuito in Italia da Audioclub. Funziona con iOS, Android e Win10.

Pro: batteria limitata
Contro: semplicità d'uso
U. TOR.

MARCA: Neo

PRODOTTO: Neoquebe

PREZZO: 29 euro

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Videogame
Le avventure
di Jack e Will
in stile serie tv

Le produzioni della software house finlandese Remedy (Max Payne; Alan Wake) sono note per non piegarsi ai voleri del mercato. E il coraggioso e a tratti bellissimo Quantum Break, sviluppato in esclusiva per Windows



e per la console Xbox di Microsoft, ne è un esempio. Esperimento riuscito, è un'ibridazione tra il videogioco e il serial tivù, ottenuto alternando sequenze d'interazione con approfondimenti narrativi: vere puntate televisive seriali di circa mezz'ora, ben recitate da attori noti del giovane panorama hollywoodiano (Shawn Hashmore). Ambientato nell'immaginaria cittadina americana di Riverport, il gioco

utilizza i paradossi temporali per raccontare le avventure del protagonista Jack Joyce e di suo fratello Will. Il risultato, indirizzato più al pubblico televisivo che non agli appassionati di videogiochi, è da premiare benché sbilanciato verso la sceneggiatura (ottima).

Pro: tra il serial televisivo e il videogioco

Contro: sparatorie ripetitive
M. TRI.

MARCA: Remedy - Microsoft Studios

PRODOTTO: Quantum Break

PREZZO: 65 euro

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Cellulare
Schiavitù da email?
L'ultraleggero retrò
riceve solo sms

S tanchi della schiavitù da smartphone? Mp01 è un cellulare retrò, vecchia maniera. Solo con i tasti, per telefonare e mandare sms. Altro non fa. Lo ha progettato il designer Jasper Morrison, art director della svizzera Punkt. Lo schermo Lcd da 2 pollici è in vetro Gorilla Glass antiriflesso e il peso piuma (88

Contenuti Dal MipTV di Cannes i casi emergenti e le alleanze. La joint venture di Endemol, l'interesse di Coca Cola e L'Oréal

Video Michelle & Elyar, le star del web

I giovani autori di filmati per dispositivi mobili sono contesi da produttori tv e media. Muovono decine di milioni di consensi. Ecco chi sono. E le aziende che li vogliono

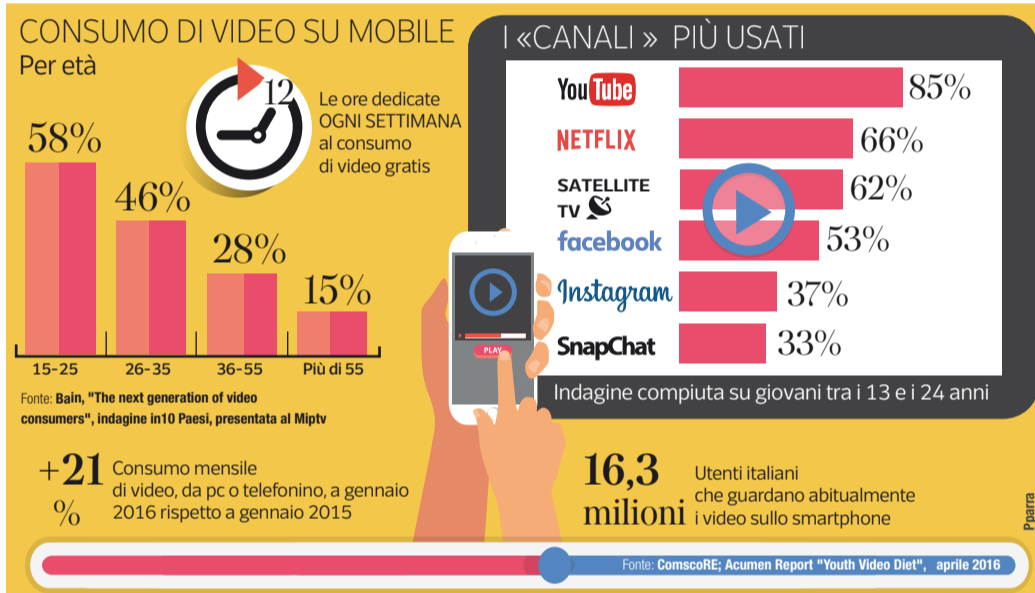
DI CHIARA SOTTOCORONA

Dedicano oltre 20 ore alla settimana a guardare video online, la maggioranza (58%) ama vederli sullo smartphone e la metà li sceglie in base ai suggerimenti nei social. Il consumo di video online è in forte crescita (+21% da gennaio a marzo anche in Italia) e i più appassionati sono loro, i giovani e teen ager tra i 13 e 24 anni. Ora sono pronti anche a raccontarsi in diretta, con la nuova funzione di video «Live» su Facebook (oltre a Periscope, il «Live» di Twitter, che in un anno ha totalizzato 200 milioni di dirette).

«La generazione Z, quella dei giovanissimi non solo consuma, ma crea — dice Margaret Czeisler, responsabile strategie della società di ricerca Wildness —. Guardano YouTube tutti i giorni, il 70% sta migrando anche sui canali di streaming in abbonamento, sono molto attivi nel creare contenuti che mettono online o nel condividerli sui social ed amano molto la self-expression, l'espressione di sé».

Gli show inventati

Questi nuovi consumatori, che vedono poco la tv e prediligono i contenuti digitali, sono stati sotto i riflettori quest'anno al MipTV a Cannes, l'appuntamento chiave per broadcaster e produttori televisivi dal 4 al 7 aprile. Al punto che una sessione, «MipDigital Fronts», è stata dedicata alla nuova audience online e alle giovani star del web. In apertura il panel «Power of fans» ha analizzato la ca-



pacità di generare reddito dei campioni di YouTube. Come PewDiePie, che ha cominciato da casa a mettere online video recensioni ironiche sui videogiochi. Oggi è una star del web con 42 milioni di ascoltatori mensili. Si chiama in realtà Felix Kjellberg, è svedese, ha 26 anni e secondo le stime di Forbes ha guadagnato 12 milioni di dollari nel 2015 dai video online. Ora ha lanciato un nuovo canale di qualità, «Revelmode», con i MakerStudio ed è diventato protagonista anche delle serie tv.

O Michelle Phan, la ventenne americana che prodiga consigli di bellezza e insegna a fare il selfie perfetto. Su YouTube ha totalizzato 1 mi-

liardo e 200 milioni di video visti, e quest'anno ha stretto una joint-venture con EndemolShine Group per lanciare Icon, un network internazionale online.

C'è anche il ragazzino inglese Elyar Fox che inventa show musicali (23,4 milioni di video visti) e su Facebook conta 1,7 milioni di fan.

È partita la caccia dei media tradizionali e dei produttori di contenuti ai giovani talenti: intendono raggiungere il nuovo pubblico, ma anche monetizzare questi successi. «Non si tratta solo di avere 10 milioni di abbonati a un canale YouTube, ma anche di creare comunità con un alto livello di interazione e di coinvolgi-

mento», dice Sam Rogoway, cofondatore e amministratore delegato di Victorious. È una startup di Los Angeles finanziata dal venture-capital con 25 milioni di dollari. Sviluppa piattaforme di mobile video e aiuta i giovani creativi capaci di mobilitare i super-fan a guadagnare attraverso annunci pubblicitari o e-commerce. Le marche si dimostrano interessate a questo tipo di influencer. Rogoway indica il caso della star del web Bethany Mota che con il retailer di moda giovanile Aéropostale ha generato vendite per 80 milioni di dollari.

Fullscreen (controllata da Att&T) negli Usa mette in contatto i talenti del video con le grandi aziende: ge-

stisce canali su YouTube e Vine con 700 milioni di abbonati.

Per il mobile e i video corti creati da teen ager il leader è MakerStudio (rilevato da Disney): 55 mila creativi in 100 Paesi che generano un'audience da 10 miliardi di video visti al mese. Sono cifre che fanno impallidire gli ascolti televisivi. E il fenomeno si sta diffondendo anche in Europa.

Splay Network, svedese, ha costituito una grande rete di giovani star (oltre mille) con 20 milioni di seguaci su YouTube e oltre 200 milioni di video visti al mese. Tra i partner commerciali conta colossi come Coca Cola, McDonald's, l'Oréal o Twenty CenturyFox. Webmedia, produttore francese di contenuti online di intrattenimento (con un fatturato di 150 milioni di euro) in dicembre ha preso il controllo di Mixicom, una rete di youtuber che generano 17 milioni di euro l'anno con i loro video.

I casi nazionali

«Le aziende di marca cercano sempre più di inserirsi nel processo di produzione puntando sul native advertising, la pubblicità nativa: storie coinvolgenti create appunto dalle star del web con molto seguito», nota Laurent Colombani, partner di Bain e autore dell'indagine The Next Generation of video consumers. C'è chi ci prova anche in Italia: da BuzzFeedMyVideo, una rete di videomaker fondata da Paola Marinone, ex Google, a Londra, a WebStarChannel, una società di consulenza per i giovani talenti fondata a Milano da Luca Casadei. L'obiettivo è anche portare idee fresche e nuovi format alle televisioni, che stanno perdendo audience presso i giovani. Per riconquistare i Millennials per esempio Vivendi ha annunciato l'arrivo di Studio+ in autunno: un'applicazione che sarà lanciata in 20 Paesi con un'offerta di serie tv e altri contenuti originali tutti da vedere sullo smartphone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'analisi

Enel, Telecom e banda larga:
i quattro punti da chiarire

DI EDOARDO SEGANTINI



Il principale:
la riduzione
della bolletta
elettrica

edoardosegantini2@gmail.com

Unico caso in Europa, il nostro Paese assiste alla contrapposizione tra l'incumbent Telecom Italia — società privata, quotata in Borsa e controllata dal gruppo francese Vivendi — e il primo operatore elettrico, Enel, anch'esso quotato ma controllato dallo Stato. Una situazione inedita, che presenta almeno quattro punti da chiarire.

Il primo: Enel ha in programma di intervenire nelle stesse città dove Tim ha già lanciato il suo piano di cablaggio, con fibra ottica fino alle case. Perché lo fa? La-

sciando da parte le congetture, l'iniziativa dell'Enel può avere successo solo se esiste una forte concorrenza di prezzi nel mercato all'ingrosso, ovvero l'affitto delle reti ai concorrenti.

E in che modo la società elettrica pensa di vendere accessi in fibra a prezzi inferiori rispetto a quelli praticati da Telecom? Enel può riuscirci solo nel caso in cui abbia vantaggi di costo significativi nella posa delle reti in fibra ottica. Ma le sinergie del 30-40% (quelle dichiarate) possono veramente portare a riduzioni dei

prezzi di accesso alla fibra di questa entità? La domanda è aperta.

Il secondo punto interessa i consumatori anche più direttamente. L'Italia ha i prezzi più alti d'Europa per l'energia elettrica alle imprese e (tra i più bassi per le telecomunicazioni). Enel ridurrà i prezzi delle bollette grazie alle telecomunicazioni e alle sinergie? Vediamo. Nella misura in cui l'offerta di servizi in fibra ottica si basasse sull'uso delle infrastrutture elettriche (com'è lecito supporre che avverrà), tali infrastrutture dovrebbero essere adeguatamen-

te «remunerate» nel calcolo del loro rendimento da parte dell'Autorità per l'Energia. E tale «remunerazione» dovrebbe essere tenuta in conto ai fini della determinazione della bolletta elettrica. Quest'ultima perciò dovrebbe essere ridotta: poiché non si potrebbe chiedere agli utenti di pagare allo stesso modo un'infrastruttura pubblica che, grazie alle sinergie con le aziende di telecomunicazione, produce ricavi aggiuntivi.

Enel — è il terzo dubbio che circola — anni fa aveva già investito nelle telecomunicazioni (In-

fostrada e Wind), per poi uscirne. Perché oggi rientra? In parte si attribuirà il cambio di rotta alla pressione del governo, in realtà non esistono casi internazionali paragonabili che aiutino a rispondere: le utility elettriche europee, finora, sono entrate nelle telecomunicazioni solo a livello locale.

Ultimo tema: Telecom Italia è tenuta ad aprire la rete ai concorrenti «a condizioni eque e non discriminatorie», come prescrivono le regole. Lo farà anche l'Enel? La società elettrica, si presume, dovrà predisporre un listino prezzi di riferimento per l'affitto delle sue infrastrutture, in modo che l'accesso garantito alla controllata Enel Open Fiber possa essere consentito anche ad altri operatori interessati. Magari alla stessa Telecom Italia, chissà.

@SegantiniE

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'@pp

Quattro partiture
della Nona a confronto

Beethoven 9 Symphony trasformata smartphone o tablet in una sala di registrazione virtuale per ascoltare la Nona sinfonia in modo interattivo. Al video scorre la partitura e mentre si ascolta la musica si leggono note e contrappunti. Quattro le registrazioni da ascoltare: di Ferenc Fricsay del 1958, Herbert von Karajan del 1962, Leonard Bernstein nel 1979 e John Eliot Gardiner del 1992. Si resta impressionati dal diverso modo di interpretare la sinfonia. Le partiture sono sincronizzate e con un tocco si può passare da un'esecuzione all'altra. E vedere la composizione dell'orchestra, l'uso di archi e ottoni, valutare i crescendo, l'uso degli accenti, la velocità di esecuzione. Sono inclusi anche filmati e spiegazioni di critici e musicisti. L'unico neo è il costo.

MARCO GASPERETTI

PRODOTTO: Beethoven 9

PIATTAFORMA: iOS

CASA: Touch Press

PREZZO: 6,99

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Più facile trovare i film
su Apple Tv o iPhone

Giunta alla quarta versione, l'applicazione Infuse è il compendio per aumentare le funzionalità della nuova Apple Tv e per guardare i contenuti multimediali sull'iPhone o l'iPad. È il più completo «media player» disponibile per il sistema operativo iOS, in grado di decodificare senza difficoltà i più diffusi formati di compressione video e audio (Dolby Digital e Dts) e riprodurre tutti i filmati immagazzinati in qualunque apparecchio domestico collegato, con o senza fili, alla stessa rete locale domestica. L'app funziona anche da remoto: impostando l'indirizzo Internet del proprio server domestico si accede ai propri contenuti multimediali quando si è in movimento o in vacanza. L'applicazione scaricherà automaticamente locandine e sinossi di ogni film o serial tv, semplificando la ricerca dei contenuti. La riproduzione in alta risoluzione è riservata soltanto alla versione Pro del pacchetto.

MASSIMO TRIULZI

PRODOTTO: Infuse

PIATTAFORMA: iOS, Apple TV

CASA: FireCore Llc

PREZZO: gratis (versione Pro 9,99 euro)

© RIPRODUZIONE RISERVATA


 a cura di **MARCO GASPERETTI, UMBERTO TORELLI e MASSIMO TRIULZI**

grammi) consente di usare il telefonino con una sola mano. Il guscio posteriore in fibra di vetro è antiscivolo e piacevole al tatto. A bordo niente Android né Windows: Mp01 funziona con un sistema operativo proprietario che gestisce in modo semplice la rubrica telefonica e la scrittura facilitata dei messaggi.

Unica trasgressione hi-tech dell'Mp01 è la presenza della porta Bluetooth. Presentato la scorsa settimana Salone del mobile di Milano, è già disponibile in Italia. Ma l'autonomia delle batterie è di sole sei ore di chiamate telefoniche.

Pro: semplicità d'uso
Contro: autonomia batteria U. TOR.

MARCA: **Punkt**
 PRODOTTO: **Mp01**
 PREZZO: **295 euro**



Alimentazione La bilancia smart ti fa cucinare quel che c'è in casa

Ci mancava la bilancia da cucina digitale e intelligente? Forse no, ma come accade nell'universo dell'hi-tech, quando un utensile si evolve e ci si abitua a usarlo, diventa difficile tornare indietro.

A prima vista Drop sembra una comune bilancia di plastica per pesare alimenti, ma dietro

l'apparenza tradizionale si nasconde un concentrato di tecnologia. Via Bluetooth la bilancia si collega a un'app dove sono memorizzate le ricette. Che, grazie a un sistema interattivo, la bilancia smart adatta agli ingredienti disponibili in casa, sostituendone alcuni con altri o ricalcolando le dosi.

Se, per esempio, manca il basilico per fare il pesto, Drop suggerirà altri ingredienti e, se il basilico non è sufficiente, modificherà la ricetta per dare il massimo del risultato. Certo, poi non si potrà chiamare pesto alla genovese, ma il risultato sarà

comunque mangiabile.
Pro: precisione
Contro: servono smartphone o tablet

MARCA: **Droptitchen**
 PRODOTTO: **Drop**
 PREZZO: **100 euro**


Dispositivi Da Logitech, Bestek e Jetch le proposte d'interfaccia da abbinare allo smartphone o al tablet

Tastiera Messaggio ai naviganti La scrittura esce dal cellulare

In alluminio o pieghevole, sta in tasca. E costa meno di 50 euro

 DI **MARCO GASPERETTI**

Con lo smartphone in una tasca (magari di quelli taglia maxi, con lo schermo sopra i 5 pollici) e la tastierina nell'altra, si ha davvero la sensazione dell'ufficio a portata di mano. E non è enfasi. I telefoni della nuova generazione, in particolare i phablet (con schermo dai 5 ai 7 pollici), sono diventati così potenti da superare le prestazioni che un pugno di anni fa erano prerogative dei personal computer da tavolo. La multimedialità e la velocità del 4G hanno poi generato ambienti virtuali che oggi molte aziende utilizzano per il telelavoro dei loro dipendenti.

La personalizzazione

Anche le minuscole tastiere da affiancare agli smartphone si sono evolute: costano meno, spesso hanno funzioni multimediali e sono personalizzabili. E soprattutto sostituiscono le tastiere virtuali che sui tablet consentono senza troppi problemi di scrivere relazioni, inserire dati in fogli di calcolo o database, ma sui piccoli dispositivi creano non pochi problemi.

Ci sono telefonini, come l'evoluto BlackBerry Passport, che sono stati progettati con tastiere fisiche inserite nella scocca, ma iPhone, Samsung, Ige e altri funzionano con la tastiera simulata sullo schermo che in molti odiano. Così le tastiere diventano sempre più piccole, tecnologiche,

LE PRÊT-À-PORTER

Bestek
Bluetooth keyboard
Pro: supporto per smartphone
Contro: mancano alcune funzioni
Prezzo: 26 euro

Logitech Multi-Device
Keyboard K480 o K380
Pro: funziona con diversi dispositivi
Contro: dimensioni
Prezzo: 46 euro o 49 euro

Jetch Tri-fold
Pro: in alluminio
Contro: tasti piccoli
Prezzo: 30 euro

Logitech Oem
Pro: mini
Contro: poco stabile su superfici lisce
Prezzo: 20 euro

Fonte: *elaborazione CorriereEconomia*

che, leggere e in alcuni casi oscurano gli schermi multitouch, i super mouse, i software per la dettatura vocale, i pad multifunzione, i tasti virtuali.

Da anni i signori della multimedialità ne avevano decretato la fine e invece questa interfaccia, brevettata nella forma qwerty un secolo e mezzo fa, per niente amichevole, resiste e si rinnova. Diventando, appunto, un'accessorio portatile per chi usa lo

smartphone e invia raffiche di messaggi o per chi preferisce il tablet per scrivere in mobilità.

Il confronto

Abbiamo provato quattro piccole tastiere. Le prime tre sono tascabili e molto economiche, la quarta è più sofisticata e più grande, ma ha una qualità superiore e può collegare più dispositivi mobili allo stesso tempo.

Jetch Tri-fold sta nella tasca della camicia e ha il vantaggio d'essere molto robusta, anche se pesa qualche grammo in più rispetto alle concorrenti. La tastierina è stata infatti costruita in alluminio aeronautico per migliorare la rigidità e ha un sistema di chiusura a libro che la riduce della metà quando s'infila in tasca. Funziona con la grande maggioranza dei dispositivi bluetooth e costa 30 euro.

Leggerissima (anche troppo) la Oem che tra i difetti ha quello di non essere pieghevole. Pesa meno di 50 grammi ed è lunga poco più di 11. I tasti non sono al top e, soprattutto su superfici troppo lisce, la tastiera tende a muoversi. È un dispositivo piccolo pensato per essere utilizzato con le due mani, dunque sconsigliabile per chi ha bisogno di scrivere non brevi messaggi, ma testi di una certa lunghezza. Costa 20 euro.

Un ottimo compromesso tra leggerezza, dimensioni ridotte e prezzo è invece Bestek Bluetooth folding keyboard. Costruita in Cina, ma con un discreto standard di qualità, la tastiera è interamente in plastica, è pieghevole e ha un'apprezzabile peculiarità: il supporto per smartphone e tablet. È un prolungamento (quando non si usa, si infila come un anello sulla tastiera chiusa) che permette di inserire telefono o tavoletta, come sopra un leggio. Costa 26 euro.

Per chi vuole la qualità assoluta e in cambio rinuncia a una tastiera tascabile, consigliamo Multi Device Keyboard K480 firmata da Logitech. La tastiera, anch'essa trasportabile facilmente, ha la peculiarità di poter collegare contemporaneamente tre dispositivi (computer, smartphone, tablet) e, grazie a un pulsante dalla forma rotonda stile radio analogica, passare dall'uno all'altro. Costa 49 euro. Il modello K380, più piccolo, costa invece 46 euro.

mgasperetti@corriere.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Metropolis

 a cura di **Cristina Pellecchia**
cristinapellecchia.cor@gmail.com

I circuiti elettronici flessibili si disegnano con la penna

Circuiti elettronici flessibili e scritti a penna: è quanto promettono i ricercatori del Leibniz Institute für Neue Materialien, in Germania, che hanno sviluppato un inchiostro con un elevato livello di conducibilità anche quando viene stampato su superfici flessibili come carta o pellicola, e a dispetto delle tante curve che la mano libera riesce a fare. L'inchiostro è una combinazione ibrida di nanoparticelle di metallo (essenzialmente oro e argento) rivestite con polimeri organici conduttivi e sospese in una miscela di acqua e alcool. I composti organici sono la parte fondamentale della scoperta: assicurano che le nanoparticelle restino sospese nella mi-

scela, ne garantiscono la funzionalità dopo che l'inchiostro si è asciugato e, soprattutto, si comportano come una cerniera, e cioè fanno in modo che i circuiti stampati non perdano conducibilità elettrica anche quando il materiale sul quale giacciono viene piegato. Disegnati e asciugati, i circuiti sono pronti e funzionanti, senza bisogno di ulteriore elaborazione, come



per esempio la sinterizzazione (un trattamento termico). Il prodotto sarà ufficialmente presentato alla Fiera di Hannover, dal 25 al 29 aprile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un getto dalle ruote e non si slitta più sulla strada bagnata

C'è Shu, un progetto per la ricarica delle batterie dei mezzi ibridi o elettrici: la massa d'aria, spostata durante il movimento dei veicoli e convogliata, aziona turbine eoliche ad asse verticale che producono energia elettrica, con più autonomia delle batterie (www.polomeccatronica.it). E poi c'è Easy Rain, un dispositivo di sicurezza contro l'aquaplaning: due getti sulle ruote anteriori attivano in automatico, quando necessario, spruzzi ad alta pressione in modo da li-

berare la strada dall'acqua in eccesso (www.easyrain.it). E c'è Bermat, una piattaforma web che consente di personalizzare l'auto scegliendo design, finiture e performance (www.bermat.it). E poi Egoista Motors, una monoposto tipo Formula Uno, ma elettrica e low cost. Sono alcuni dei 12 progetti finalisti di Car Innovation 2016, concorso per le startup italiane dell'automotive che si sono aggiudicate l'opportunità di farsi conoscere (www.carinnovation.digitalmagics.com)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La pillola bifronte rilascia antibiotici un po' alla volta

Gli ingegneri del Mit hanno progettato una pillola che, una volta ingerita, si attacca alla mucosa del tratto gastrointestinale e libera lentamente il

farmaco che contiene. Il rilascio prolungato è utile per ridurre la frequenza di dosaggio di alcuni medicinali, come gli antibiotici, che vanno presi più volte al giorno a orari precisi: il nuovo sistema potrebbe invece permettere un'unica assunzione. La pillola, battezzata Janus da Giano bifronte, ha due facce: una è mucoadesiva e si attacca alle mucose, l'altra è «onnifobica», cioè respinge tutto ciò che incontra, riuscendo a restare attaccata e di non essere trascinata dal cibo. La parte adesiva è in Carbopol, un addensante comune. La parte respingente è invece in acetato di cellulosa con sporgenze, in modo da essere idrofoba, e lubrificata e fluorurata in superficie.

I farmaci possono essere posti al centro o incorporati nello strato di acetato di cellulosa. I ricercatori stanno ora cercando di ottimizzare i tempi di attaccamento alle pareti della pillola e la velocità di rilascio dei farmaci.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Pit Spot

 a cura di **ALDO GRASSO**
pitspotcorriere@gmail.com

 in collaborazione con
MASSIMO SCAGLIONI


La nuova moneta scaccia quella vecchia? PayPal ci prova

Dopo la piccola, grande gaffe avvenuta nel Regno Unito (con una campagna che faceva intendere ai più piccoli che Babbo Natale non esiste), Pay Pal, il sistema di pagamento digitale in totale sicurezza, torna in comunicazione anche in Italia. E lo fa con uno spot che nulla ha che vedere con i bambini e le feste. Il film gioca invece tutto sul tema della comparazione: che differenze ci sono fra la vecchia moneta — quella a cui siamo abituati dai tempi della civilizzazione — e la nuova moneta, invisibile, smaterializzata, impalpabile?

Certo, non è facile convincere i più legati al valore tangibile del soldo — magari nascosto sotto il materasso — che esiste una «nuova moneta», e che essa presenta dei vantaggi notevoli rispetto alla vecchia. Il film è costruito come un annuncio solenne, come l'avvento di una nuova era: grandi didascalie di colore giallo fiammeggiante sulle immagini che scorrono sullo sfondo. «La nuova moneta — afferma la prima didascalia — non è di carta». Davanti agli occhi vediamo scorrere tutte le possibili rappresentazioni del danaro cartaceo: dollari che vengono contati rapidamente, un assegno firmato e staccato... Le enunciazioni che seguono sembrano scolpite in un decalogo dei tempi nuovi: «La nuova moneta è progresso».

Inizia poi un gioco di comparazioni: «La vecchia moneta fa troppe domande», si scrive in video mentre vediamo



un signore che fatica a concludere una transazione sul personal computer. «La nuova moneta ha già pagato»: qui siamo in strada, un ragazzo trendy vede un oggetto in una vetrina e lo acquista senza alcuna mediazione, solo quella della sua app PayPal nel cellulare. «La vecchia moneta è solo per pochi», ovvero quel gruppetto di snob che, in bianco e nero, ricordano un'aristocrazia al tramonto.

«La nuova moneta è per tutti»: ed ecco scorrere i volti di tanti — uomini, donne, ragazzi, persone dai mille tratti e dalle mille identità — che sono conquistati dal pagamento digitale, dalla moneta smaterializzata. La chiusura dello spot è un auspicio: «Addio vecchia moneta, c'è una nuova moneta in città». Il claim dell'azienda ribadisce il concetto per l'ennesima volta: «PayPal is the money». Impresa non semplice, quella di convincere gli italiani che c'è un nuovo modo per vendere e per comprare: per questa ragione la campagna va dritta all'obiettivo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

 SUPPLEMENTO DELLA TESTATA
CORRIERE DELLA SERA
 DEL 18 APRILE 2016
 ANNO XX - N. 14

 Direttore responsabile
LUCIANO FONTANA
 Vicedirettore vicario
BARBARA STEFANELLI
 Vicedirettrici
DANIELE MANCA
ANTONIO POLITO (Roma)
VENANZIO POSTIGLIONE
GIAMPAOLO TUCCI

 RCS MEDIAGROUP S.P.A.
 Sede legale: via A. Rizzoli, 8 - Milano
 Registrazione Tribunale di Milano
 n. 490 del 16 settembre 2003

 © 2016 COPYRIGHT RCS MEDIAGROUP S.P.A.
 Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo prodotto può essere riprodotta con mezzi grafici, meccanici, elettronici o digitali. Ogni violazione sarà perseguita a norma di legge.

 REDAZIONE E TIPOGRAFIA
 Via Solferino, 28 - 20121 Milano
 Tel. 02-62821
 RCS MEDIAGROUP S.P.A.
 DIR. ADVERTISING
 & COMMUNICATION SOLUTIONS
 Via A. Rizzoli, 8 - 20132 Milano
 Tel. 02-25841

 Responsabile pubblicità:
 Andrea Galli (andrea.galli@rcs.it)
 www.rcscommunicationsolutions.it

CORRIERE ECONOMIA

 A cura di **MASSIMO FRACARO**
 Giuditta Marvelli, Alessandra Puato,
 Stefano Righi (caposervizio),
 Maria Silvia Sacchi, Isidoro Trovato