

699 dollari
(circa 630 euro)

599 dollari
(circa 540 euro)

Foto: Adamantios Sperfidopoulos in dati delle aziende

arrivo dopo l'ostile anche 2%, lanciato da Uther, che ha una seconda versione del robot Alpha, già presente sul mercato europeo. Un piccolo umano di 40 cm, molto agile: sa camminare e se cade si rialza, imita i gesti di ginnastica o tira di arco. Come gli altri robot da incontro, dialoga e si connette ai computer della casa per fare il personale, programma le attività tramite app. Sa anche di qualità dettate dall'in-

telligenza artificiale e le capacità di interazione ad assicurare il successo di un modello o dell'altro.

«Anche se sono tutti proposti come intelligenti, questi piccoli robot per il mercato consumer nascono piuttosto sulla scia dell'Internet delle cose: l'idea è di avere dei tool, degli strumenti predisposti a una serie di azioni che traggono vantaggio dalla connessione alla Rete, alle app, ai sensori», dice Amedeo Cesta, ricercatore dell'Istituto di cognitive sciences and Technologies del Cnr e presidente dell'Associa-

poration, ha annunciato in un'intervista al *Wall Street Journal* che sta preparando il ritorno sul mercato della robotica domestica.

Sony era stata la prima a sviluppare robot per il mercato consumer con Aibo, a forma di cagnolino, lanciato già nel 1999. Ora vuole tornare a cavalcare l'ondata, grazie anche all'esperienza nei prodotti consumer e alla leadership sul mercato dei videogame, ottenuta con la PlayStation. La robotica domestica, pur essendo ancora un mercato emergente, raggiungerà i 12 miliardi di dollari nel 2018 secondo l'International Federation of Robotics. E oltre la metà del valore (76 miliardi) è rappresentata proprio dai piccoli robot di intrattenimento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Una domanda provocatoria e una modesta proposta

saria, ma non certo sufficiente.

Se, parallelamente alla «leva» dei cavì, non viene azionata anche quella delle idee, della cultura anti-burocratica e dei contenuti, rischiamo di costruire (in ritardo) delle belle autostrade digitali, sulle quali correranno incontrastati i potentati globali di Internet, penalizzando l'Italia in termini di occupazione, di gettito fiscale, di quote di mercato delle imprese.

La nostra, personale risposta alla domanda iniziale, dunque, è la seguente: sì, lo sviluppo dell'in-

eduardosegantinie@gmail.com

MARCO CASPERETTI

PRODOTTO: RadioRai

PIATTAFORMA: iOS, Android

CASA: Rai Net

PREZZO: gratis

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dissempi in città? Segnalateli con foto

Si chiama ePart l'app per migliorare la manutenzione urbana e beni pubblici. Un «social citizens» per incoraggiare la partecipazione delle persone alla gestione della città e migliorare la qualità di vita. Il cittadino

rileva il problema, seleziona il comune e il tipo di dissempio: manutenzione stradale e arredo urbano, segnaletica e illuminazione, ma anche barriere architettoniche. Tramite il sistema Gps viene identificato il luogo esatto sulla mappa della città. A questo punto il cittadino inserisce una breve descrizione del problema, con la possibilità di allegare fino a quattro foto illustrative. La notifica viene quindi trasmessa all'Urp (Ufficio relazioni pubbliche) di competenza. Le segnalazioni effettuate in qualsiasi comune italiano sono consultabili sul portale ePart, sviluppato dalla milanese Posytron. Chiunque può dunque verificare lo stato di avanzamento dei lavori e seguirne l'iter burocratico.

UMBERTO TORELLI
PRODOTTO: ePart
PIATTAFORMA: iOS, Android, Windows Phone
CASA: Posytron
PREZZO: gratis

© RIPRODUZIONE RISERVATA

What'sapp dei pagamenti? Per la prima volta *Corriere Economia* ha messo sotto la lente i servizi per il trasferimento di denaro tra privati (in gergo p2p, peer-to-peer) e quelli per trasferimenti con le stesse modalità, nei negozi convenzionali (p2b, personal-to-business). In genere, non ci sono costi fissi: si paga una commissione sulle singole transazioni, che varia da zero a 75 centesimi, come nel caso di Uniredit.

Diversi sono l'importo massimo trasferibile con una singola transazione — varia da 25 a mille euro — e altre caratteristiche del servizio: per esempio Jiffy, la piatta-

La battaglia più aspra si combatterà sui pagamenti senza contatto. Nonostante il contactless si candidi a crescere nei prossimi anni più rapidamente di ogni altro segmento — in Italia varrà tra i 2,6 e i 4,6 miliardi entro il 2018, stima L'Osservatorio Mobile Payment Commerce del Politecnico — oggi gli investimenti sono congelati: l'arrivo di Apple Pay in Francia e Svizzera, e l'avenuto sparco di Samsung Pay in Spagna, infatti, impone alle banche italiane qualche ripensamento. La tecnologia di riferimento per i pagamenti senza contatto via mobile, l'Nfc (Near field communication), si sposa con modelli differenti: la funzione di pagamento può essere memorizzata nella sim del telefono; nel cloud (nuvola informatica), con l'Hce (Host card emulation), quindi indipendentemente dall'operatore telefonico. O nello smartphone: è il caso di Apple Pay, Samsung Pay e Android Pay. Il modello sim-based sviluppato da Sia è il più colaudato in Italia ma — a differenza della soluzione sviluppata

L'analisi

Missione retail: l'uscita

Goldman e Citi lo dimostrano, è l'area che

L'area del retail banking — dall'attività di investimento del risparmio alle carte di credito — è oggi un crocevia affollato di prodotti, ma soprattutto un punto di snodo essenziale intorno al quale si gioca una parte importante del processo di ristrutturazione delle banche. E infatti un'area che permette di conquistare un potenziale di redditività significativo, per effetto delle grandi masse di denaro implegate per operazioni di finanziamento e per servizi di pagamento. Non a caso, in

aprile Goldman Sachs ha annunciato l'ingresso nel retail banking con il lancio di GSBank o grandi player come Citi Group consolidano il ruolo preminente nelle carte di credito. L'intresse per il retail banking può essere spiegato con tre fattori. Primo, la presenza di tassi prossimi allo zero riduce ai minimi termini il margine di interesse delle banche per le operazioni di finanziamento alle imprese. Significa che la perdita di redditività dell'area corportate va sostituita con il margine di interesse del retail banking che, con una dimensione di applicativi elevati, come rivoltino. In secondo ne della clientela opportunità di cross-selling di prodotti di credito. In terzo, la presenza di tassi vicini ai minimi di committenza di vendita di strumenti di pagamento via di opzioni