


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

ture vintage, ma solo volendolo. Perché per applicare filtri digitali o accedere alle impostazioni manuali della fotocamera è necessario scaricare sullo smartphone un'app dedicata che si connette via Bluetooth. In alternativa, la bella Impossible I-1 è una fotoca-

mera con messa a fuoco automatica, semplice da usare e dotata di un esclusivo flash circolare a led che indica il numero di foto rimaste. A differenza della Polaroid, le batterie sono nel corpo della macchina e non nel pacchetto delle pellicole (20 euro per 8 foto) e si ricaricano con un cavetto Usb.

**Pro:** la nuova istantanea  
**Contro:** un po' anacronistica

M. TRI.

**MARCA:** Impossible  
**PRODOTTO:** I-1 Analog Instant Camera

**PREZZO:** 299 euro



© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Memoria La chiavetta duale si collega al pc e anche al cellulare

**P**er scaricare foto e canzoni dal telefonino su una chiavetta Usb tradizionale bisogna passare dalla memoria del computer. Ma Ultra Dual Drive Usb di Sandisk risolve il problema grazie a una doppia connessione. Mentre da un lato si trova un'uscita Usb tradizionale, dall'altro ha installato un mini-con-

nettore di «tipo C». Per intenderci, con un passo identico a quello dei caricatori per smartphone e tablet. È l'uovo di Colombo e funziona bene. Buona la velocità di trasferimento dati che arriva fino a 150 Megabyte al secondo. Ma la chiavetta «due in uno» fa anche altro. Basta scaricare l'app Memory Zone, disponibile negli store, per sincronizzare ed eseguire il backup automatico da Pc



© RIPRODUZIONE RISERVATA

portabile. Un'operazione comoda per trasferire video e fotogallery di grandi dimensioni, da condividere poi su dispositivi mobili. Attenzione, però, al fermaglio di chiusura, che blocca l'uscita quando la chiave non è in uso. Dual Drive è disponibile anche con capacità doppia da 128 Gigabyte a 50 euro.

**Pro:** uso immediato  
**Contro:** blocco di chiusura

U. TOR.

**MARCA:** Sandisk  
**PRODOTTO:** Ultra Dual Drive Usb  
**PREZZO:** 26 euro (64 GB)

## Pit Spot

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

in collaborazione con  
**MASSIMO SCAGLIONI**



## Il mappamondo luminoso e l'Africa Così l'Eni si rinnova

**L'**immagine di un mappamondo illuminato e una dichiarazione programmatica impegnativa: «Il nostro pianeta ha bisogno di un nuovo modello energetico». Si apre così il nuovo spot che Eni dedica al suo impegno per produrre energia da fonti rinnovabili. Già si è avviati su questa strada, e sempre di più lo si farà in futuro: è questa la promessa. Una campagna che risulta essere insieme informativa ed emozionale, ricca di dati ma anche capace di proporre una visione.

Vediamo di fronte a noi squadernarsi frammenti di vita Eni, a dimostrare che, a fronte delle sfide del futuro, «noi stiamo facendo la nostra parte», dice la voce femminile fuori campo. Una mano mostra alla lavagna un risultato importante: «Abbiamo ridotto l'emissione di Co2 nei nostri processi produttivi del 28% in cinque anni».

Il punto d'attenzione del film sono proprio le mani: quelle dei lavoratori Eni, dagli operai agli ingegneri, per dare un'idea dell'attitudine altamente pragmatica che permea l'azienda. Mani per fare, mani per cambiare, dinamismo per non restare con le mani in mano...

Alla fine, il risultato di tutto questo impegno — «il nostro lavoro è produrre energia, il nostro dovere è farlo sempre meglio» — si vede sul comodino di una ra-



gazzina africana che ha acceso quel mappamondo luminoso sul proprio tavolo di studio.

Per lei, e per i bimbi che si trovano con lei in una classe, l'energia significa un mondo più pulito e pieno di opportunità, per crescere, studiare, pensare un mondo migliore. Eni è una delle aziende italiane con la più lunga storia pubblicitaria e di comunicazione: dagli anni Trenta (per Agip) fino a oggi, si è oscillato parlando di sé come azienda o del proprio consumatore.

Le campagne degli anni Settanta ricordano forse queste di oggi che, lasciati da parte altri temi, tornano a concentrarsi sull'identità dell'azienda, per veicolare l'idea di un'impresa votata allo sviluppo, con una particolare attenzione alla sostenibilità e all'ambiente.

Il claim finale è l'orgoglioso riconoscimento di una lunga tradizione che guarda avanti: «Abbiamo l'energia per vederlo, abbiamo l'energia per farlo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Social** L'ascesa di un mestiere che oggi fa guadagnare chi attira più clic. I casi Ferragni e Mazzarotta

# Rete Professione blogger, la preferita dalle aziende

È caccia agli autori influenti di blog. Per far crescere gli acquisti

 DI **UMBERTO TORELLI**

**Q**uello dei blog è un fenomeno in espansione. I diari online (definizione riduttiva) hanno superato i 156 milioni nel mondo e sono 500 mila in Italia. Dietro a ognuno di loro si trova un autore: il blogger, il «narratore del web» che descrive esperienze, condivide immagini, esprime opinioni. Può essere scelto dalle aziende per raccontare la propria visione di un prodotto.

Dalla prima fase amatoriale di qualche anno fa, adesso il blogger può diventare una professione. Ma per avere successo la strada è una sola: aumentare il numero di follower e like, integrando sito e social network.

Perché ormai i due ambienti Internet vivono in simbiosi. E se il blogger aumenta i clic dei post, cresce la sua visibilità. Dunque la possibilità di guadagnare.

## Le celebrazioni

Franca Sozzani, direttrice di *Vogue* in Italia, definiva qualche anno fa il blogger «una categoria anonima, eppure presente» e la loro espansione un «fenomeno troppo giovane per essere giudicato». Ma la situazione è cambiata e oggi sono celebrati da testate autorevoli come *Forbes*, che ha realizzato lo speciale «How to make money as a blogger». Cioè come fare soldi da blogger. Oppure *Times* che ha indagato su come la fashion blogger Aimee Rose Francis riesca a guadagnare oltre mille euro con un post

**La classifica** I blogger più famosi per numero di follower

ITALIA		MONDO	
Settore	Moda	Settore	Moda
Blogger	Chiara Ferragni	Blogger	Aimee Song
Sito	theblondsalad.com	Sito	songofstyle.com
Follower	8.177.800	Follower	1.400.500
Settore	Cucina	Settore	Cucina
Blogger	Chiara Maci	Blogger	David Lebovitz
Sito	chiaramac.com	Sito	davidlebovitz.com
Follower	658.400	Follower	1.323.900
Settore	Hi-tech	Settore	Hi-tech
Blogger	Salvatore Aranzulla	Blogger	Pete Cashmore
Sito	aranzulla.it	Sito	mashable.com
Follower	378.200	Follower	2.763.600
Settore	Mamme	Settore	Mamme
Blogger	Federica Piccinini	Blogger	Dennis Maxwell
Sito	sweetasacandy.com	Sito	mombloggsociety.com
Follower	183.700	Follower	375.900
Settore	Viaggi	Settore	Viaggi
Blogger	Andrea Petroni	Blogger	Nomadic Matt
Sito	vologratis.org	Sito	nomadicmatt.com
Follower	143.800	Follower	3.564.500

Foto: Pirelli - giugno 2016 (in ricerca: modale blog e social)

sulla pagina del suo blog Aimazin.

È quanto emerge da un monitoraggio realizzato da Foundl, un'agenzia di comunicazione milanese, per conto di Buitoni. Il panel ha riguardato 70 testate internazionali di attualità, lifestyle e tendenze, oltre a 30 docenti universitari italiani di sociologia e marketing. «Sempre più le aziende si affidano ai blogger per sfruttare il fattore *storytelling* e dunque l'esperien-

za emozionale del passaparola — dice Pierluigi Musarò, professore di sociologia all'Università di Bologna —. Un fenomeno in evoluzione in cui ognuno vuole essere protagonista attraverso gli acquisti». Perché un *influencer* incide sui gusti dei consumatori amplificando le tendenze del momento.

Il meccanismo è quello del *seeding*, il seminare: cioè rendere il web cassa di risonanza dei contenuti di un blog.

## Metropolis

 a cura di **Cristina Pellicchia**

cristinapellicchia.cor@gmail.com

## Con la stampante 3D del Mit si producono anche i capelli

**S**ervono capelli? Si preme il tasto «print». I ricercatori del Massachusetts Institute of Technology, negli Stati Uniti, hanno aperto a una nuova funzionalità delle stampanti 3D. Le abbiamo viste fare di tutto, da giganteschi ponti in acciaio a morbidi peluche, da sezioni di nervi umani al cibo, ma mai strutture con caratteristiche talmente sottili da richiedere grandi quantità di tempo per calcolo, disegno e stampa. Ma il nuovo sistema riesce a produrre setole, spazzole, pellicce e capelli artificiali in modo rapido ed efficiente. Invece di utilizzare il convenzionale software di stampa, il Cad (computer-aided design), il team ha costruito una nuova piattaforma chiamata «Cillia», volutamente con tre elle

che consente di definire angolo, spessore, densità e lunghezza di migliaia di peli in pochi minuti. Usando il nuovo software, con una stampante 3D convenzionale, i ricercatori hanno progettato strutture simili al cuoio capelluto, sia piane che curve, ricoperte da «peli» simili a quelli umani, con una risoluzione di 50 micron.



L'intento della ricerca non era stampare parrucche o extension, che pure potrebbero essere realizzate, quanto sviluppare tutte le potenzialità della stampa 3D.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Le batterie al litio durano di più con il bagno di sale

**L**a prossima generazione di batterie al litio ricaricabili potrebbe essere più duratura, efficiente e sicura, grazie a un umile bagno di sale. Gli scienziati del Csiro e del Royal Melbourne Institute of Technology, in Australia, hanno dimostrato come un metodo semplice, un pretrattamento degli elettrodi metallici di una batteria al litio con una soluzione di sale elettrolita, restituisca batterie con efficienza di carica superiore. Gli elettrodi metallici vengono immersi in una misce-

la di liquidi ionici e sali di litio prima che la batteria venga assemblata. I liquidi ionici (detti anche sali fusi a temperatura ambiente) sono soluzioni incolori, inodori e soprattutto non infiammabili. Si comportano come una pellicola protettiva sulla superficie dell'elettrodo, aiutano a stabilizzare la batteria in funzione e riducono la ripartizione degli elettroliti durante il funzionamento, con aumento delle prestazioni. Senza rischio di incendi. Si cercano partner commerciali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Motori puliti con l'idrogeno nato dall'acqua

**A**ll'Università di Stanford hanno trovato il modo di produrre idrogeno dall'acqua e realizzare combustibile pulito per le auto. L'idrogeno è stato a lungo

presentato come un'alternativa *green* alla benzina, ma la sua produzione richiede gas naturale che rilascia biossido di carbonio nell'atmosfera. La soluzione potrebbe essere la scissione dell'acqua tramite fotovoltai: un elettrodo colpito dalla luce solare genera corrente elettrica che divide l'acqua nei suoi elementi costitutivi, idrogeno e ossigeno. Gli elettrodi in silicio, però, si corrodono rapidamente se esposti all'ossigeno. I ricercatori di Stanford hanno perciò ricoperto gli elettrodi con vanadato di bismuto, un composto poco costoso e altamente stabile contro la corrosione, ma che genera modeste quantità di energia elettrica. Per risolvere l'inconveniente si è costruita, su una sottile pellicola di vanadato di bismuto, una struttura di nano-coni che intrappolano la luce solare e la convertono in elettricità. Al momento l'efficienza di conversione è del 6,2% ma si prevedono margini di miglioramento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

 SUPPLEMENTO DELLA TESTATA  
**CORRIERE DELLA SERA**  
DEL 27 GIUGNO 2016  
ANNO XX - N. 24

 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