

FENOMENO WEBINAR CONSIGLI PER LA DIRETTA

Dai partecipanti alla sicurezza, le regole per la riuscita di un seminario in Rete

Sono 1,8 milioni i lavoratori italiani ricorsi allo smart working durante il periodo di lockdown per il Covid-19. Il dato, fornito dal ministero del Lavoro si riferisce ai mesi di marzo e aprile. È un numero più che doppio rispetto agli 800 mila che ne hanno fatto un uso stabile in tutto il 2019 (dato Polimi). Ma siamo ancora lontani dagli ipotetici 8 milioni che potrebbero operare in modalità remota da casa. Il lavoro agile è chiaramente una svolta nel panorama occupazionale del Belpaese, il segnale concreto di un fenomeno destinato, probabilmente, ad affermarsi in futuro come regola.

Protagoniste sono state le piattaforme di videoconferenza e condivisione online di documenti, cioè i sistemi informatici che ricorrono a software cloud per sostituire gli incontri virtuali a quelli fisici tra le persone. È il caso anche dei seminari online, i webinar. Il neologismo inglese, nato dalla fusione di «web» e «seminar», identifica le dirette streaming per organizzare riunioni e relazioni pubbliche, corsi di formazione e aggiornamenti. Dice Andrea Rangone, presidente di Digital360, azienda milanese attiva nella comunicazione e marketing digitale: «I webinar sono un valido strumento per organizzare eventi online, consentendo interazioni di contenuti via computer e smartphone». Con risparmio di tempo e denaro. Ma come organizzarli in modo efficiente?

Selezione

1) Innanzitutto bisogna selezionare bene i partecipanti, in base agli obiettivi da raggiungere. Il

di **Umberto Torelli**

vantaggio della trasmissione via web è infatti l'estensione dell'offerta all'intero territorio nazionale.

2) Essenziale è poi la scelta dei contenuti che vanno programmati con cura, evitando che l'incontro diventi una sorta di televendita commerciale. «Lo streaming non deve trasformarsi neppure in tavola rotonda — dice Rangone —. I relatori devono parlare su temi concordati».

3) Per questo oltre a esperti di settore è bene inserire analisti e docenti che approfondiscano scenari e sviluppi futuri.

4) Inoltre bisogna pianificare in anticipo la campagna promozionale, come si fa con gli eventi broadcast.

5) Va poi scelta una piattaforma software che permetta l'interazione con chi segue da remoto, anche con la condivisione di slide e contenuti grafici, «importanti per rendere più vivaci gli in-

contri», sottolinea Rangone.

6) C'è infine da affrontare con serietà la sicurezza informatica, visto che i maggiori rischi di attacchi da hacker con la pandemia hanno colto impreparati la maggioranza degli utenti. Attenzione, qui, ai siti fasulli legati al Covid-19.

In questi tre mesi gran parte delle intrusioni, secondo Check Point Software, sono state infatti dovute ai falsi siti web collegati al Coronavirus: oltre 4 mila quelli creati appositamente per attirare gli utenti italiani, con la diffusione massiccia di fake news ed email sul tema della protezione dei dati personali. Il picco è stato raggiunto il 28 marzo: 5 mila attacchi malevoli riconducibili al Covid con attinenza ai temi sulla salute.

Le mail

Dietro, c'è uno dei punti deboli di chi ha operato in smart working finora: la grande quantità di messaggi di posta elettronica trattati. «I dati in-

dicano che gli utenti aprono le email con leggerezza — dice Pierluigi Torriani della sede italiana di Check Point Software — e non sono consapevoli dei rischi degli allegati in formato Word ed Excel». Un semplice testo o un foglio di calcolo diventano più pericolosi con il Covid 2, perché gli hacker vi possono nascondere istruzioni per rubare i dati personali. Quindi: tenete aggiornati gli antivirus e disattivate le macro nei programmi Office. Ora che siamo nella Fase 2, con i vari aiuti governativi, serve più attenzione, perché dove ci sono i soldi gli hacker vanno a nozze.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Metropolis

L'auto elettrica si ricarica da sé, sull'autostrada

Le auto elettriche si ricaricheranno percorrendo le autostrade. E i robot assorbiranno energia dai pavimenti delle fabbriche, i droni dai tetti che sorvolano. All'Università di Stanford hanno dimostrato di poter utilizzare il magnetismo per trasmettere elettricità in modalità wireless a oggetti in movimento. La nuova tecnologia si fonda su un caricabatterie senza fili con un amplificatore, capace di regolare la frequenza di risonanza tra il campo magnetico di base e il dispositivo ricevente, così che l'elettricità venga trasmessa in modo costante a macchine che si muovono anche ad alta velocità. Il prototipo per ora può recapi-



Magnetismo

L'elettricità trasmessa idealmente dalle autostrade alle auto elettriche. La tecnologia sviluppata a Stanford può essere usata anche per ricaricare i droni dai tetti

tare dieci watt di elettricità a una distanza di 90 cm, ma i ricercatori contano di arrivare alle centinaia di chilowatt di cui un'auto ha bisogno. La difficoltà? Riprogettare in tempi rapidi le autostrade: perciò è più probabile che la tecnologia cominci con robot e droni.

Vitamina in corpo

All'Università della California di San Diego hanno inventato un sensore indossabile che rileva quanta vitamina C si ha in corpo, tramite il sudore. I sensori finora sviluppati si concentrano sul monitoraggio dell'attività fisica o

di patologie come il diabete. Questo è il primo utilizzo della tecnologia per tenere traccia dei cambiamenti di una singola vitamina. Consentirebbe ai medici di somministrarla con precisione, per piani nutrizionali o per favorire processi di guarigione, visto che la vitamina C è fondamentale per il sistema immunitario e basilare nella produzione di collagene per la cicatrizzazione. Il dispositivo è costituito da un cerotto che stimola la sudorazione e un sensore che misura la quantità di vitamina C. Il dispositivo può essere ampliato anche ad altre vitamine.

Cristina Pellecchia

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Pit Spot

Libri e dischi, la nuova casa secondo l'Eni



a cura di **Aldo Grasso**
pitspotcorriere@gmail.com
in collaborazione con
Massimo Scaglioni

Un approccio positivo e pragmatico al periodo difficile che l'Italia ha vissuto e sta vivendo in queste settimane: è la bella idea creativa su cui Eni ha declinato la propria comunicazione in tempo di coronavirus. Anche la storica azienda di Stato fondata da Enrico Mattei ha ripensato radicalmente la propria presenza pubblica in questo periodo, puntando non tanto ai sentimenti di unità nazionale o sulle incitazioni a resistere, quanto a piccoli consigli pratici per le lunghe giornate trascorse nelle abitazioni (che proseguono, anche nella Fase 2, per i tanti in smart working, per gli anziani e i più giovani). La voce fuori campo è calda ed empatica: «In questi giorni in cui passiamo tanto tempo in casa, in molti vivono difficoltà e fragilità e insicurezze. E a chi di tempo ne ha già vissuto tanto, dedicandosi perlopiù agli altri, vogliamo dare qualche piccolo consiglio...». Lo spot, come si vede, centra l'attenzione sulle fasce più anziane della popolazione italiana, quelle più colpite, anche psicologicamente, dall'emergenza Covid-19. E che tipo di consigli arriva dall'Eni? «È proprio in momenti come questi, fuori dall'ordinario, che i gesti più semplici diventano i più importanti», introduce al tema la voce over. Uno degli spunti proposti riguarda la memoria, o, meglio, la riscoperta dei sorrisi: «Giornate nuove per ritrovare vecchi ricordi. Mettiamo in ordine le foto, le lettere, gli abiti che non usiamo da anni, rispolveriamo le letture dimenticate, e scoviamo libri mai letti nascosti fra gli scaffali delle nostre librerie». Il secondo consiglio riguarda la buona musica, che «accorda i sensi e dà nuova energia. Mettiamo su un buon disco, per respirare ricordi passati...». La conclusione è di nuovo un invito: «Riscoprire nuove routine, soprattutto adesso: questo farà la differenza». Il film è firmato da «Eni con l'Italia nella lotta al coronavirus» e contribuisce ad arricchire il panorama articolato con cui i brand hanno affrontato questa crisi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA