

Airlite, l'innovativa vernice che purifica l'aria è tutta italiana



Airlite è una pittura innovativa che trasforma le pareti di case, uffici e scuole in depuratori d'aria naturali alimentati con l'energia solare.

I pericoli derivanti dal riscaldamento globale e dalle emissioni di carbonio sono sempre più evidenti; meno diffuse invece, sono le informazioni riguardo i danni provocati dall' ossido di azoto, un gas prodotto soprattutto nei processi di combustione ma ampiamente diffuso anche all'interno delle abitazioni, dovuti al riscaldamento, alla cottura, al fumo e alle infiltrazioni, i cui effetti vanno a incidere profondamente sulla qualità della nostra vita. Oggi la cattiva qualità dell'aria rappresenta un elemento di rischio molto grande per la salute di tutti noi, basti pensare che **secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità, più del 15% delle malattie croniche sono causate dalla cattiva qualità**

dell'aria. Solo nel 2012, si è stimato che 6.5 milioni di morti siano collegate all'inquinamento indoor e outdoor insieme.



La combustione dei carburanti che alimentano i motori di tutti i veicoli circolanti comporta l'emissione di gas come il biossido di azoto, che finisce nell'aria che respiriamo.

©Ingimage

Airlite® per combattere gli agenti inquinanti

Airlite nasce da un'idea innovativa, che mira a contrastare proprio questa realtà: **migliorare l'ambiente e la vita delle persone purificando l'aria**. Si tratta di una vernice in polvere a cui, aggiungendo dell'acqua che contiene biossido di titanio in grado di attivarsi a contatto con la luce (sia naturale che artificiale), trasforma agenti inquinanti come ossidi di azoto e zolfo, benzene, formaldeide e monossido di carbonio in molecole di sale. **Una vernice in grado di**

“mangiare” lo sporco che c’è nell’aria, all’aperto o all’interno di un edificio, depurandola dall’88,8% dell’inquinamento presente, e che usata all’interno degli edifici in cui viviamo contribuisce a renderli più igienici e salutari.

Questa tecnologia innovativa nasce dall’incontro di tre persone, **Massimo Bernardoni, Antonio Cianci e Arun Jayadev** che insieme sono partiti nel 2013 dalla start up **Advanced Materials** e ora hanno un’azienda presente in tre continenti diversi. Bernardoni, 56 anni, inizia nel 2000 a studiare le proprietà dei materiali fotosensibili che si attivano con la luce e senza mai scoraggiarsi, dopo molti anni e continui esperimenti sviluppa una nuova tecnologia al 100% naturale che si applica come una pittura; deposita quindi i brevetti e sviluppa le applicazioni della sua scoperta. L’incontro con il socio Antonio Cianci all’**Expo di Shanghai nel 2010** determina la svolta definitiva per fondare nel 2013 la società, alla quale si unirà poi Arun Jayadev. Grazie alla loro ricerca e al team perfettamente equilibrato, i prodotti Airlite permettono una performance superiore rispetto agli altri prodotti photocatalitici presenti sul mercato e continuano ad espandersi in tutto il mondo.



Da sinistra Arun Jayadev, Massimo Bernardoni e Antonio Cianci, i fondatori di Airlite

I molteplici benefici di Airlite®

Molti sono i vantaggi di questa pittura innovativa. Per capire quanto questa pittura riesca a contrastare l'impatto ambientale, basti pensare che dipingere una superficie di 100 m² con Airlite riduce l'inquinamento dell'aria al pari di un'area di 100 m² coperta da alberi ad alto fusto: lo stesso effetto di un bosco. Ma tra i benefici di Airlite c'è anche il fatto di **eliminare il 99,9% di batteri e virus**, sia resistenti agli antibiotici, come lo *Staphylococcus Aureus*, sia efficaci su altri batteri pericolosi per la salute umana come l'*Escherechia Coli*, peritonite, meningite e molti altri, creando ambienti più sani e sicuri ed evitando inoltre la formazione di possibili allergie, pruriti, mal di testa, tosse, asma e altri disturbi delle vie respiratorie.



 **Riduce gli inquinanti**
fino all'**88,8%**

 **Elimina il 99,9%**
di muffe e batteri,
impedendone lo sviluppo
in modo permanente

 **Riduce fino al 50%**
il consumo di energia
necessario per
il raffrescamento

 Impedisce allo **sporco**
di depositarsi sulla pareti

 **Elimina i cattivi odori**
dagli ambienti quotidiani

Alcuni tra i molteplici benefici di Airlite, la pittura ecosostenibile che combattere l'inquinamento e depura l'aria ©Airlite

Altra caratteristica interessante, l'**abbattimento dei consumi energetici**: questa pittura rivoluzionaria infatti, riflette la maggior parte delle radiazioni solari infrarosse, impedendo il passaggio eccessivo di calore. Questo permette in estate, di avere ambienti più freschi, in modo naturale, con un **risparmio di energia elettrica tra il 15 e il 50%**. Infine, la capacità di eliminare gli odori dagli ambienti quotidiani e lo sporco dalle pareti, interne ed esterne, trasformandole in depuratori d'aria naturali. La sua tecnologia smart permette infatti alla pittura di essere facilmente applicabile e di repellere lo sporco grazie a un film invisibile e protettivo che impedisce alle polveri di posarsi sulle pareti, lasciandole incontaminate.



La tecnologia di Airlite si basa sul meccanismo della fotocatalisi: una volta “attivata” dalla luce, l’eco-vernice libera infatti molecole ossidanti che attaccano le sostanze nocive trasformandole in sali minerali innocui. © Airlite

Secondo gli esperti del settore, Airlite ha tutte le potenzialità per diventare un’ applicazione vincente diffusa a livello internazionale, e lo sta già dimostrando: oggi infatti, il prodotto è commercializzato in Messico, Emirati Arabi, Qatar, Thailandia, Italia, Inghilterra, Francia e Irlanda. L’obiettivo è diventare per il 2019 leader mondiale nel settore delle tecnologie per la qualità dell’aria. Uno strumento semplice ed efficace per ridurre la presenza di inquinanti dall’aria e per rendere perfettamente antibatteriche le superfici sulle quali è applicata. Una potenziale rivoluzione per le città di tutto il mondo che potrebbe cambiare a livello globale la qualità della vita dei cittadini.

È pronta a salpare la prima rivoluzionaria macchina per pulire gli oceani dalla plastica



La macchina sarà diretta verso il Pacific Trash Vortex dove comincerà a raccogliere tonnellate di rifiuti plastici accumulati dalle correnti oceaniche.

La visione di [Boyan Slat](#) è diventata realtà. Sono passati cinque anni da quando Slat, appena diciannovenne, ha lasciato gli studi in ingegneria aerospaziale per dedicarsi alla sua missione, pulire gli oceani dalla plastica. Il ragazzo prodigo olandese ha fondato la ong [Ocean Cleanup](#) e ha progettato una macchina per **raccogliere rifiuti plastici dal mare sfruttando le correnti oceaniche**. Dopo uno studio di fattibilità e una campagna di raccolta fondi di successo, il

macchinario chiamato Ocean Array Cleanup è pronto per essere testato sul campo. Entro poche settimane l’Ocean Array Cleanup salperà da San Francisco diretto verso il Pacific Trash Vortex, la grande isola di plastica che galleggia nell’oceano Pacifico, tra la California e le Hawaii. “La pulizia degli oceani del mondo è dietro l’angolo”, ha commentato euforico Slat.



I bracci dell’Ocean Array Cleanup sono fissati ad ancore che galleggiano in profondità. Ciò consente loro di muoversi lentamente, ma non al punto da impedire loro di svolgere il lavoro di pulizia © Ocean Cleanup

Come funziona l’Ocean Array Cleanup

L’idea alla base dell’Ocean Array Cleanup è semplice e geniale, la macchina sfrutta le correnti del mare, le stesse che hanno portato alla creazione dell’isola di plastica, per far sì che i rifiuti di plastica si accumulino nelle piattaforme e il mare si pulisca “da solo”. Il sistema è composto da una catena di **barriere galleggianti** della lunghezza di due chilometri e poste in favore di corrente,

senza reti, che convogliano la plastica verso piattaforme che fungono da imbuto. Una volta al mese circa una barca andrà a raccogliere i rifiuti convogliati verso la parte centrale della macchina.

Dimezzare l'isola di plastica

L'obiettivo di Boyan Slat è di raccogliere circa 5mila chili di plastica durante il primo mese di funzionamento e di smaltire entro cinque anni almeno la metà del Pacific Trash Vortex. L'impatto ambientale del macchinario sarà minimo, sfruttando le correnti **non necessita infatti di energia** per raccogliere la plastica. L'Ocean Array Cleanup non costituirà un pericolo per gli animali marini, secondo i suoi creatori, che potranno passare sotto le barriere galleggianti.

Solo il primo passo

La prima missione dell'Ocean Array Cleanup rappresenta un test sul campo per valutare il funzionamento della macchina e rilevare eventuali problemi prima di estendere il progetto. Ocean Cleanup ha infatti l'**obiettivo di installare sessanta piattaforme galleggianti** giganti in varie aree del pianeta entro il 2020.

My speech on how we will rid the oceans of plastic
<https://t.co/fC4q533WuA> pic.twitter.com/xHUBoys7o

– Boyan Slat (@BoyanSlat) [15 maggio 2017](#)

L'isola di plastica che minaccia gli oceani

Il [Pacific Trash Vortex](#) è un colossale accumulo di spazzatura galleggiante, composto perlopiù da plastica, la sua **superficie**

è maggiore di quelle di Francia, Germania e Spagna ed è composto da almeno 79mila tonnellate di plastica. "La maggior parte dei detriti è di grandi dimensioni – ha affermato Boyan Slat. – Si tratta di una bomba ad orologeria perché tutti questi grandi oggetti si trasformeranno in microdetriti nelle prossime decadi se non agiamo". La grande isola di plastica è costituita soprattutto da attrezzi da pesca abbandonati, come reti e corde, e ogni anno provoca la morte di migliaia di balene, delfini e foche.



Lo studio Evidence that the Great Pacific Garbage Patch is rapidly accumulating plastic, condotto da Ocean CleanUp in collaborazioni con altre istituzioni, ha rivelato che la situazione del Great Pacific Garbage Patch è in continua evoluzione e tende a peggiorare molto rapidamente. L'isola contiene fino a 16 volte più plastica di quanto stimato nei precedenti studi e il livello di inquinamento cresce in modo esponenziale © Ingimage

Pulizia e prevenzione

La Ocean Cleanup prevede di **autofinanziarsi grazie alla**

vendita della plastica oceanica che alcuni brand, come [Adidas](#), hanno iniziato a sfruttare comprendendone l'appeal sui consumatori. La pulizia degli oceani, per quanto efficace, da sola non può però bastare, è necessario combattere alla fonte l'[inquinamento che sta lentamente uccidendo i mari](#) del mondo con gravi ricadute anche sulla nostra specie. "Dobbiamo pulire, ma dobbiamo anche prevenire che la plastica entri negli oceani. Meglio riciclare, meglio usare questi materiali in creazioni di design e regolamentare questi rifiuti. Abbiamo bisogno di combinare queste soluzioni", ha dichiarato Boyan Slat.

Nasce Indaco Ventures, il più grande fondo di venture capital in Italia



Una squadra di manager guidata da Davide Turco, Intesa Sanpaolo e Fondazione Cariplò dà vita a Indaco Venture Partners sgr, società che gestirà il fondo di venture capital Indaco Ventures I. L'obiettivo è una raccolta complessiva fino a 250 mln di euro entro fine anno (130 mln sottoscritti entro domani). Intesa Sanpaolo punta a diventare la prima Impact Bank al mondo

Nasce Indaco Venture Partners Sgr, società di gestione del risparmio che gestirà il più grande fondo di venture capital italiano, Indaco Ventures I, con un obiettivo di raccolta complessiva superiore a 200 milioni di euro, di cui i primi 130 milioni sottoscritti entro domani. La Sgr vede coinvolti una squadra di manager guidata da Davide Turco, la Fondazione Cariplò e [Intesa Sanpaolo](#) e ha come obiettivo quello di creare la prima realtà italiana del settore in grado di competere a livello europeo.

Futura Invest (i cui principali azionisti sono Fondazione Cariplò e Fondazione Enasarco) e Intesa Sanpaolo deterranno, con quote paritetiche, il 49% di Indaco Venture Partners Sgr,

mentre il 51% sarà posseduto da cinque manager: Davide Turco (amministratore delegato), Elizabeth Robinson (vicepresidente esecutivo) e i direttori investimenti Antonella Beltrame, Alvise Bonivento e Valentina Bocca.

Indaco Sgr gestirà il fondo Indaco Ventures I che ha già raccolto 130 milioni di euro da Intesa Sanpaolo , Fondo Italiano d'Investimento e Fondazione Cariplo. Entro la fine dell'anno il fondo ha un obiettivo di raccolta complessiva superiore a 200 milioni di euro fino a un massimo di 250 milioni di euro da investitori istituzionali italiani e da istituzioni europee.

Il fondo, che investirà in 20-30 società, principalmente startup late stage, attive nel digitale, elettronica e robotica, medtech e nuovi materiali, ha già all'attivo due investimenti nel medicale e in elettronica. Gli investimenti si concentreranno su realtà i cui vantaggi competitivi derivano da tecnologie proprietarie d'avanguardia o da innovazioni che portino a un'effettiva trasformazione digitale, con team e tecnologie made in Italy. E' anche prevista una limitata allocazione a investimenti in startup early stage.

Il cda sarà presieduto da Salvatore Bragantini e vedrà la presenza maggioritaria dei manager, oltre a due consiglieri di nomina Intesa Sanpaolo e due indipendenti (tra cui il presidente) espressi da Futura Invest. Il management team sarà supportato da primari advisor tecnologici e beneficerà dei servizi di analisi, segnalazione e advisory di Cariplo Factory, che utilizza i flussi informativi e le competenze della piattaforma GrowITup promossa da Cariplo Factory insieme a [Microsoft](#).

“Siamo molto grati agli investitori che hanno creduto in questo progetto. Siamo convinti che Indaco Ventures potrà contribuire a colmare il ritardo nel venture capital del nostro Paese, fornendo finalmente alle nuove aziende con maggiori potenzialità e ambizioni le risorse finanziarie necessarie per fare un importante salto dimensionale e competere ad armi pari, o quasi, con i loro concorrenti attivi

in contesti caratterizzati da risorse per l'innovazione enormemente più grandi", ha commentato Davide Turco, amministratore delegato di Indaco Venture Partners Sgr.

"Cariplo Factory oggi è una realtà importante che ha già realizzato oltre 6700 opportunità di lavoro delle 10 mila che ci eravamo proposti di attivare in tre anni, inserendo i giovani in un ecosistema dedicato all'innovazione. Mancava ancora un importante tassello che si realizza oggi con la nascita del fondo Indaco", ha aggiunto Giuseppe Guzzetti, presidente della Fondazione Cariplo, ritenendo che il venture capital nel nostro Paese è ancora lontano degli standard internazionali. "Con questo fondo ci proponiamo di offrire alle realtà con possibilità di crescita interessanti, un veicolo per potenziare la loro competitività internazionale, aiutando così le nuove aziende".

Nel piano d'impresa 2018-2021 Intesa Sanpaolo prevede di rafforzare in maniera significativa l'impegno nella Corporate Social Responsibility. "Puntiamo a diventare la prima Impact Bank al mondo, intendiamo supportare ulteriormente la Circular Economy, sosteniamo l'imprenditorialità giovanile e le nuove idee d'impresa. Il progetto che presentiamo oggi a fianco del Fondo Italiano d'Investimento e della Fondazione Cariplo, con la quale abbiamo da tempo condiviso obiettivi e progetti anche in questo ambito, intende accrescere l'impegno nei confronti di un'imprenditorialità caratterizzata in particolare da competenze e tecnologie italiane", ha dichiarato l'ad di Intesa Sanpaolo , Carlo Messina.

Il banchiere ritiene strategico il presidio di questo settore: le operazioni di anno in anno aumentano significativamente, così come risulta in forte crescita l'attenzione di importanti player internazionali al mercato italiano. "Tale impegno vuole, in sintesi, stimolare la competitività, dare impulso a nuovi investimenti e confermare ancora una volta il nostro sostegno allo sviluppo imprenditoriale", ha concluso Messina. Con l'investimento effettuato in Indaco Ventures, prosegue l'attività di sostegno al mercato italiano del venture capital da parte anche del Fondo Italiano d'Investimento, oggi attivo

su questo specifico segmento sia con un fondo di investimento diretto che con due fondi di fondi, più un terzo in fase di lancio. Nella fattispecie, "siamo particolarmente contenti di contribuire all'avvio di quest'importante iniziativa che ha come obiettivi il sostegno allo sviluppo e alla competitività del sistema italiano delle giovani aziende a elevato contenuto tecnologico e sviluppata in partnership con due istituzioni di così elevato prestigio come Fondazione Cariplo e Intesa Sanpaolo ", ha sottolineato l'ad del Fondo Italiano d'Investimento, Carlo Mammola.

BRIT



STARTUP IN PRIMO PIANO



RENZO PROVEDEL

L'ospite di questa settimana del mio blog è **Renzo Provedel** uno dei fondatori di BRIT, una start up molto originale.

Ciao Renzo e benvenuto sul mio blog. Ci racconti come è partita l'idea di quella che definite *una startup innovativa con la missione di valorizzare gli edifici storici e/o di valore, ristrutturando e ri-usando i volumi, con lo scopo di creare un business, cioè un ricavo, che garantisca la*

sostenibilità dell'investimento. Il modello di business individua due stakeholder principali: il proprietario/a dell'immobile che vuole creare un business attraverso il riuso dell'edificio, dopo aver capito e scoperto la sua motivazione nascosta, il suo "futuro che emerge"; e il "business provider" che vuole fare business in un edificio adatto".

L'idea nasce perché crediamo che il patrimonio storico architettonico e culturale sia una piattaforma formidabile per lo sviluppo del nostro Paese e in generale di tutti i Paesi consapevoli delle loro radici storiche. E vediamo un generale degrado di questo patrimonio a cui si può porre mano con strategie e azioni mirate, che, a nostro avviso, devono risvegliare e potenziare in primis i proprietari degli immobili. Essi possono riuscire nel progetto se includono e ingaggiano l'intero eco-sistema.

L'idea della start up nasce all'interno di un social network professionale e poi si sviluppa con un accordo di rete tra dieci soggetti ed infine si manifesta con la startup innovativa, a vocazione sociale, che abbiamo chiamato BRIT, acronimo di Business-Rigenerazione –Ideazione-Training.

La missione di BRIT è quindi facilitare il RI-USO di beni immobili storici. Ci spieghi con parole semplici come funziona la vostra proposta?

BRIT entra subito in sintonia con il "proprietario", che è il nostro potenziale Cliente, attraverso i problemi e gli ostacoli che gli hanno impedito o rallentato i suoi progetti di valorizzazione dell'immobile. Conosciamo bene i problemi dei proprietari che vanno dai conflitti familiari, ai costi esorbitanti di manutenzione ordinaria e straordinaria, alla scelta del o dei business che necessitano di una buona conoscenza del mercato dei servizi, alla complessità della ristrutturazione immobiliare. Il fatto che lui, il proprietario, riconosca in noi la capacità di "vedere" i suoi problemi e di aprirgli una finestra sul mondo delle soluzioni, è la partenza giusta della relazione. Poi noi siamo molto coinvolti nel facilitare il suo potenziamento di

consapevolezza e di capacità per prendere in mano il suo progetto. Abbiamo scelto il “coaching” come approccio alla relazione; ossia NON gli diciamo che abbiamo la soluzione e non gli diciamo “ci pensiamo noi”, perché lo facciamo con lui. Abbiamo progettato due servizi di formazione attiva, che non sono faccia a faccia, ma avvengono con i suoi “pari”, con una formula esperienziale e residenziale; li abbiamo chiamati “BRIT revolution”, un assaggio dei nostri metodi; e “BRIT Journey”, una quattro giorni residenziale, a immersione totale, in una dimora storica, che gli permette di capire e individuare le attività di business adeguate ai suoi obiettivi, al mercato e all’immobile. E c’è anche un servizio “BRIT Marathon” per abilitarlo alla costruzione del suo business plan e del suo progetto.

Come è composto il vostro team?

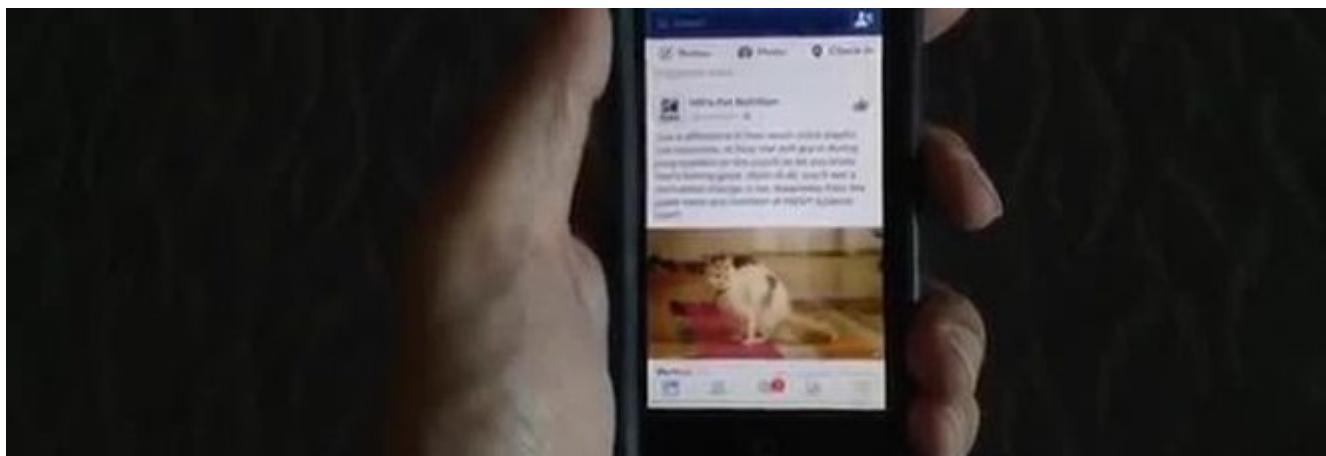
Il nostro Team è costituito dai tre soci/socie fondatori della start up innovativa a vocazione sociale BRIT: due architette, Federica Benatti e Michela Rossi, con un curriculum di progettazione, di ri-uso di immobili, di restauro e di gestione di progetti di valorizzazione; e un imprenditore, Renzo Provedel, con una vasta esperienza di business diversificati e di innovazione “aperta”. Accanto a loro abbiamo coltivato e reso disponibile un eco-sistema di competenze e di capacità che rendono possibile azioni efficaci e rapide nella complessità della valorizzazione. Abbiamo contato più di trenta diverse attività e competenze necessarie per sviluppare i progetti di ri-uso e valorizzazione, li abbiamo graficizzati e poi chiamati “il fiore della complessità” e non a caso abbiamo usato il termine “Maratona” per il servizio personalizzato che porta, come risultato, il business plan della valorizzazione.

Per concludere, quali sono i vostri programmi per il 2018?

Nel 2018, tra pochi giorni, la startup innovativa, diventa una srl registrata a Bologna. La nostra attività è però operativa da un anno circa perché abbiamo operato con un approccio per “prototipi” da subito; il primo è stato un progetto per il ri-uso di una ghiacciaia del 1710 in località Budrio, facente

parte del patrimonio di Villa Ranuzzi-Cospi. Il secondo, avviato da qualche settimana, è un progetto di libro, in parte cartaceo e in parte digitale, attraverso video interviste e videoblog. È una esplorazione delle ristrutturazioni, sostenute dalla creazione di business, che sono state realizzate in Italia dai proprietari di immobili storici, come palazzi, ville, castelli, torri. Vogliamo diffondere le strategie, le buone pratiche, i risultati perché siano casi esemplari che ispirino tutti coloro che vogliono sentirsi parte di questa larga comunità che vuole valorizzare l'enorme patrimonio culturale del nostro Paese. Non sono solo i proprietari di dimore storiche; possiamo includere gli imprenditori che stanno creando nuovi servizi, le aziende che sono l'Industria creativa, i tecnologi che rendono possibili l'adeguamento degli immobili ai nuovi servizi digitali, gli artigiani e i liberi professionisti del vasto eco-sistema che rende possibili i nuovi business.

Così Facebook ascolta le nostre conversazioni per personalizzare la pubblicità



Parole ‘chiave’ carpite dal microfono del telefonino, magari durante una chiacchierata in compagnia, usate per personalizzare le pubblicità sponsorizzate su **Facebook**. E’ questo quanto sostiene in un video lo youtuber Neville, che circa un anno fa ha pubblicato sulla piattaforma la clip con la dimostrazione della sua tesi e che da 48 ore è diventata virale a causa di una discussione a tema aperta su Reddit. Nel video, Neville spiega e sembra dimostrare come una parola chiave scelta a caso, mai cercata sul social – né su Google, su Instagram o su qualsiasi altra piattaforma – ma ripetuta a voce alta più volte e per almeno un’ora in prossimità del suo cellulare, si possa trasformare ‘per magia’ in una pubblicità sponsorizzata fra quelle mostrate da Facebook agli utenti. In questo caso pubblicità corrispondente alla parola chiave scelta per l’esperimento, e cioè ‘cat food’, cibo per gatti. Ma come? Attraverso il microfono, sembrerebbe, in grado di ‘ascoltare’, registrare ed inviare dati al colosso di Menlo Park.

Ma quanto c’è di vero? Tantissimi gli utenti che su Reddit e Youtube confermano la tesi dello youtuber, ognuno dei quali a suo dire reduce da un’esperienza personale di ‘spionaggio pubblicitario’. Molti quelli che sostengono si tratti invece di una disattenzione dell’utente, ‘reo’ di aver concesso all’applicazione di Facebook, al momento dell’installazione, l’utilizzo di alcune funzioni incluso appunto il microfono. Autorizzando di fatto il social a fare ‘la spia’. Diversi quelli che semplicemente non credono alla ‘dimostrazione’ di Neville, tra l’altro una delle tante presenti su Youtube.

Intanto però, all’indomani della presentazione della nuova policy di Facebook sulle pubblicità, Neville mette le mani avanti e si difende dai detrattori aggiungendo una nota alla spiegazione redatta un anno fa: “Provateci se non mi credete – scrive -. Dategli un paio di giorni. State solo attenti a farlo vicino al vostro telefonino, ma parlate dell’argomento scelto come fosse un hashtag e una parola chiave, e fate attenzione che si tratti di qualcosa di cui non avete mai parlato e che non avete mai cercato prima. Il video – conclude

– è stato fatto un anno fa, quindi non so se nel frattempo qualcosa è cambiato”.

FACEBOOK – Sollevato il polverone, Facebook ha comunque voluto smentire ogni tipo di suo coinvolgimento nella sottrazione di informazioni via microfono. Come riporta infatti l'Independent, il vicepresidente per la pubblicità dell'azienda, Rob Goldman, ha dichiarato in un tweet: “Non usiamo e non abbiamo mai usato i vostri microfoni per la pubblicità. Semplicemente non è vero”. E alla domanda se anche per Instagram valesse la stessa policy, Goldman ha risposto in modo affermativo