

Osem ključnih spoznanj z letošnjega Web Summita

Začetek novembra je tisti del leta, ko se na Web Summitu v Lizboni zbere več kot 60.000 udeležencev iz različnih panog – od novih tehnologij, prodaje in razvoja do (digitalnega) marketinga. Prav ste prebrali – 60.000.

► **MIHA REJC IN MAJA NUČIČ**
FOTO: IPROM IN WEB SUMMIT

60.000 udeležencev poskrbi za štiri dni konvergence globalnih trendov na območju lizbonskega sejmišča in dvorane Altice Arena (samo ta sprejme več kot 20.000 udeležencev). V treh dneh tako na več prizoriščih hkrati poteka več kot 10 vzporednih vsebin, dogodek pa se začne z velikim otvoritvenim predavanjem. Skupaj se na odrih zvrsti več kot 1200 govorcev, v programu Pitch pa predstavi več kot 2000 start-upov. Dogodek zagotovo upraviči slogan »Where the tech world meets«, kjer se sreča tehnološki svet. Med govorniki so bili tudi tokrat številni najvišji predstavniki vseh večjih svetovnih tehnoloških podjetij, od Facebooka do Uberja, hkrati pa so dogajanje začela imena svetovnega formata, na primer Stephen Hawking, Wyclef Jean, Caitlyn Jenner, Francois Hollande in ne nazadnje Al Gore. Dogodek je resnično globalne narave in, razen tega, da so bili na otvoritveni in zaključnih slovesnostih prisotni predsednik in premier Portugalske ter župan Lizbone, ni bilo čutiti, da ste praktično v središču portugalskega glavnega mesta.

Če poskušava potegniti rdečo nit med vsebinami, ki so bile na dogodku postavljene v ospredje, tu ni nobenih presenečenj: umetna inteligenca (AI), obogatena resničnost in navidezna resničnost (AR/VR), kibernetično vojskovanje, strojno učenje, avtonomna vozila, lažne novice, tehnologija veriženja podatkovnih blokov, prva javna ponudba kriptovalut (ICO), družbena omrežja, vsebinski marketing in robotika. Kar naju je – sicer prijetno – presenetilo, je to, da je bilo kar nekaj vsebin na največjem prizorišču »Center Stage« v Altice Areni namenjeno seksizmu v tehnološki panogi oziroma še bolj specifično v Silicijevi dolini. Glede na aktualna dogajanja na tem področju v zadnjih mesecih in upoštevajoč dejstvo, da organizatorji celoten dogodek načrtujejo praktično eno leto vnaprej, lahko **Paddyju Cosgrovu**, očetu Web Summita, in njegovi ekipi tu pripiševa velik plus.

Izmed več kot 1000 različnih vsebin sva izbrala 8 tistih, ki so na naju naredile največji vtis. Tole je najin oito (v portugalsčini 8).

■ 1. Ustvarimo prosto pot za inovacije

Margrethe Vestager, komisarka Evropske unije za konkurenco, naju je presenetila predvsem zaradi tega, ker smo praktično vsi v dvorani pričakovali dolgočasen evrobirokratski nastop. Toda že od prvega trenutka na odru je nastopila zelo odločno in že iz njene energije na odru smo vsi v dvorani začutili, da na tem

Miha Rejc je v spletni medijski agenciji iPROM vodja oddelka za upravljanje družbenih medijev, Maja Nučič pa specialistka za oglaševanje v družbenih medijih.



Letošnjega Web Summita v Lizboni se je udeležilo kar 60.000 obiskovalcev.



Le dvorana Altice Arena sprejme več kot 20.000 udeležencev.



položaju ni po naključju. Začela je s stavkom: »Če želite sanjati velike sanje, morate sanjati skupaj z drugimi.« In potem takoj prešla na dejstvo, da največje inovacije zavirajo interesi velikih globalnih korporacij, ki želijo za vsako ceno zaustaviti preobrazbo v svoji panogi. Tekmovanje (konkurenca) je tisto, ki poskrbi, da se vsi lahko naučimo in rastemo kot družba. Hkrati je opozorila, da konkurence – in razvoja – ne zadržujejo le velike globalne korporacije, ampak tudi vlade posameznih držav, ki ščitijo vsaka svoja podjetja in jim preko davčnih subvencij omogočajo okolje, kjer manjša, bolj inovativna podjetja nimajo nobenih možnosti.

■ 2. Trumpov učinek – eno leto pozneje

Pogovor med **Bradom Parscalem**, digitalnim direktorjem predsedniške kampanje Donalda Trumpa, in **Michaelom Isikoffom**, glavni preiskovalnim novinarjem pri Yahoo News, je bil ob povsem polni Altice Areni nелеktren že od začetka. Isikoff je že po dveh uvodnih vprašanjih Parscala začel spraševati tisto, kar nas je vse najbolj zanimalo. Kako je Trumpovi kampanji odlično uspelo – v relativno kratkem času – pridobiti toliko podpornikov in kakšna je bila domnevna vloga Rusije v vsem skupaj. Treba je priznati, da se je Parscale ob vseh napadih dobro držal, hkrati pa smo izvedeli, da so med kampanjo samo v Facebook investirali 100 milijonov ameriških dolarjev. Zaradi tega visokega vložka so imeli praktično celotno kampanjo v štabu tudi ekipo zaposlenih na Facebooku, ki jim je pomagala optimizirati kreativne rešitve. In teh je bilo resnično veliko. V času kampanje so imeli za zelo natančno ciljanje pripravljenih 50.000 različnih kreativnih rešitev, ki so jih v več različnih programatičnih platformah optimizirali tako, da so iz svojega vložka resnično potegnili največ. Jasnega odgovora na domnevno vpletenost ruskih sil in kakšna je bila vloga kontroverznega svetovalno-analitičnega podjetja Cambridge Analytica vseeno nismo dobili.

■ 3. Kaj bo, ko bodo stroji pametnejši od nas

Misija NASA Apollo 11 je bila tehnično zelo kompleksen projekt. A je hkrati navdihnil celotno človeštvo. Če ga poenostavimo na najbolj osnovno raven – preden so iz Cape Canaverala izstrelili raketo, so morali vedeti, kam bo šla. Enako je z napredno umetno inteligenco, je prepričan **Max Tegmark**, predsednik inštituta Future of Life. Preden jo ustvarimo, moramo vedeti, kako močna bo, kako jo upravljati in kaj želimo z njo doseči. Biološke življenjske oblike obstajajo že več milijard let, inteligentne več milijonov, zdaj pa smo na točki, ko bomo praktično v nekaj deset letih ustvarili umetno inteligenco.

Brad Parscale, digitalni direktor predsedniške kampanje Donalda Trumpa, je povedal, da so med kampanjo samo v Facebook investirali 100 milijonov ameriških dolarjev.

Zato previdnost ne bo odveč. Pri nekaterih stvareh je prav, da se človeštvo uči na lastnih napakah – na primer kako ustvariti ogenj. Pri drugih pa je ključno, da nam uspe že v prvo, na primer pri jedrskem orožju in tudi umetni inteligenci. Zato bomo morali jasna pravila igre za umetno inteligenco postaviti že vnaprej, kajti vsaka tehnologija lahko človeštvu pomaga ali škoduje.

■ 4. Kako preprečiti kibernetko vojno?

Leta 2020 bo na svetu več pametnih naprav kot ljudi. Hkrati se povečuje razmerje med šumom in signalom, kar pomeni, da čedalje več ljudi ne ve več, kaj je res in kaj ne. Svet se iz bipolarnega obdobja hladne vojne spreminja v multipolarnega, predvsem v smislu digitalne topografije, kjer ni jasnih pravil. Države morajo biti prisotne tako v fizičnem kot tudi virtualnem svetu in tam izražati svojo moč. To novo »igralno« polje nekaterim državam omogoča, da so v virtualnem svetu bistveno močnejši igralci kot v fizičnem. **Jared Cohen**, direktor Googlevega tehnološkega inkubatorja Jigsaw, meni, da se bodo naslednje velike vojne vse začele v virtualni sferi in se niti ne bodo nujno manifestirale v fizičnem svetu. Prvi primeri destabilizacije svetovnih demokracij so lažne novice. To je novo poglavje propagande. V naslednjih kibernetkih vojnah bodo veliko vlogo – poleg državnih igralcev – imela tudi velika podjetja.

■ 5. Nov korak naprej za avtonomne automobile

Waymo izhaja iz Googlevega projekta avtonomnih vozil in njihovo poslanstvo je ustvariti najboljšega možnega voznika. Več kot 90 odstotkov avtomobilskih nesreč je namreč posledica napak voznikov in voznic. Zato so, kot je povedal njegov direktor **John Krafcik**, pri Waymu razvili 100-odstotna avtonomna vozila, opremljena z najnaprednejšimi sistemi za nadzor in zaznavanje okolice, ki vključujejo tudi rezervne (backup) sisteme za najbolj kritična področja (zavijanje, zavore, napajanje, računalnik). Prvo floto vozil bodo na ceste dali že letos v Phoenixu v Arizoni.

■ 6. Zabava v letu 2050

Na panelu o prihodnosti potrošnje vsebin, na katerem so sodelovali **Michael Yang** (Comcast Ventures), **Rebecca Glashow** (Awesomeness), **Darnell Strom** (Creative Artists Agency) in **Jane Martinson** (The Guardian), smo pogledali daleč naprej v leto 2050, vendar hkrati začeli v letu 2017. Ključni poudarek je bil, da sta bili včasih kreativna (Hollywood) in tehnološka plat (Silicijska dolina) ločeni, danes pa v prihodnost hodita z roko v roki. Hkrati si nihče na panelu ni upal napovedati smrti televizije, so se pa vsi govorci strinjali, da se bo televizija, kot jo poznamo danes, preobrazila. Vse več bo vsebin, ki bodo temeljile na tehnologijah AR/VR, predvsem pa bo, v vsebinskem smislu, pomemben premik od linearne paradigme k interaktivni. Tako se bo tudi pripovedovanje zgodb bistveno bolj demokratiziralo in vsak si bo svojo zgodbo ustvarjal sam ali pa bo ta prikrojena njegovim željam in pričakovanjem. Že danes je na svetu več kanalov in več ustvarjalcev vsebin kot kadar koli prej, tako da bo v prihodnje pri izboru primernih vsebin in njihovem urejanju veliko vlogo verjetno odigrala umetna inteligenca. Kot največji konkurenčni izziv v prihodnosti so govorci, zanimivo, izpostavili, ne drugih kanalov, temveč izziv: kje najti



Nekdanji ameriški podpredsednik Al Gore je kljub opozorilom, da je človeštvo že pretiravalo z obremenjevanjem okolja, optimističen glede prihodnosti, predvsem zaradi aktivnosti tehnoloških podjetij in start-upov.



Margrethe Vestager, komisarka Evropske unije za konkurenco: »Če želite sanjati velike sanje, morate sanjati skupaj z drugimi.«

še več časa znotraj dneva vsakega posameznika, da mu lahko ponudimo več vsebin.

■ 7. Vloga skupnosti inovatorjev pri reševanju klimatske krize

Dogodek je, na neki način simbolično, zaključil nekdanji podpredsednik ZDA **Al Gore**, ki ga v zadnjih letih bolj poznamo kot enega izmed vodilnih okoljskih aktivistov na svetu. Je tudi odličen govorec in magnet za občinstvo. Že slabo uro pred njegovim nastopom je bila Altice Arena polna praktično do zadnjega kotička. In vsaj po odzivih po dvorani sodeč, prav nikogar ni pustil hladnega. Začel je v svojem običajnem slogu z opozorili o tem, da smo ljudje že zdavnaj (!) planet z izrabo naravnih virov obremenili preko vseh razumnih meja in da so posledice s številnimi naravnimi nesrečami v obliki požarov, poplav in sušnih obdobji že tu. A obstaja upanje, pravi Gore. Odgovoriti si moramo le na tri preprosta vprašanja.

1. Ali se človeštvo res mora spremeniti? Trenutno je človeška civilizacija v popolni koliziji s planetom. Dnevno v ozračje spustimo 110 milijonov ton izpustov in to je podrla naravni cikel. Zato imamo več naravnih nesreč in več migracij kot v letu 1941. Do celotne situacije v Siriji je po besedah Gora prišlo zaradi suše. Človeštvo se bo moralo spremeniti.

2. Se lahko spremenimo? Tu je Gore zelo optimističen in večino tega optimizma črpa iz

aktivnosti tehnoloških podjetij in start-upov. Trenutno smo na pragu trajnostne revolucije, ki bo imela vpliv magnitude industrijske revolucije, dogajala pa se bo s hitrostjo tehnološke revolucije. Cena proizvodnje sončne energije je v letu 2017 v nekaterih državah že padla pod ceno fosilne energije, hkrati pa se pojavljajo projekti, ki bi lahko energijo prinesli v dele sveta, kjer to do zdaj ni bilo mogoče (solarni paneli, inovativne vetrnice). Trenutno obstaja velik potencial za dobre zaslužke na tem področju, hkrati pa se bodo reševala okoljska in energetska vprašanja. Zmagovalna situacija za vse, torej.

3. Se bomo spremenili? Gore verjame, da smo tik pred točko, ko se bo spirala začela odvijati v drugo smer in da bodo inovativne industrije – ne vlade – gonilo tega premika.

■ 8. Start-upi: štirje odri, trije dnevi, en zmagovalec

Za zagnana podjetja je Web Summit eden izmed najbolj pomembnih dogodkov v letu. Kot pravi **Paddy Cosgrave**, ustanovitelj Web Summita, kar tretjina start-upov, ki se tu predstavijo, v dvanajstih mesecih najde investitorje za svoj proizvod.

Na dogodku se je letos predstavilo več kot 2000 zagnanskih podjetij (in skoraj toliko investorjev), najboljših 200 pa je imelo možnost osvojiti naslov zmagovalca

programa Pitch (»Winner of Pitch 2017«). Njihova glavna naloga je bila prepričati investitorje, da je vredno vložiti vanje, njihov cilj pa uvrstitve v ožji izbor in predstavitev svojega proizvoda na glavnem odru pred polno dvorano, največjo na Portugalskem.

Letos so se na oder finalistov uvrstila tri podjetja, Jauntin', Watr in Lifeina, ki so vsak s svojim inovativnim proizvodom uspeli premagati druga zagnana podjetja in prepričati zahtevno žirijo v več stopnjah izbora. V zadnjem, finalnem izboru pa se je tričlanski žiriji pridružil še četrti član, občinstvo.

Finalno bitko je začel **Rain Takahashi**, ustanovitelj podjetja Jauntin', ki je razvilo mobilno aplikacijo za sklenitev turističnega zavarovanja za zahtevo. Rešitev zavarovalnicam omogoča kakovostnejše zbiranje in obdelavo podatkov o svojih zavarovanih, s čimer lahko vzpostavijo boljši sistem za upravljanje tveganj, imajo manj izgub in zmanjšajo izpostavljenost goljufljam. Prednost za zavarovance je, da obrazcev ni treba znova in znova izpolnjevati, hkrati pa aplikacija omogoča, da zavarovanje aktivirajo kjer koli in kadar koli. V primeru, da uporabnik zavarovanje pozabi vključiti, ga aplikacija na podlagi lokacijskih podatkov spomni, ko prečka državno mejo ali se nahaja na mednarodnem letališču. In kot pravi ustanovitelj, je z aplikacijo aktiviranje zavarovanja smešno lahko.

Vizija podjetja Watr je izboljšanje kakovosti vode na Zemlji. Ustanovitelj **Glyn Cotton** je kot drugi finalist predstavil rešitev za merjenje in spremljanje kakovosti vode ter posledično zmanjšanje okoljskih izgub. Izpostavil je problem podnebnih sprememb in negativnih posledic za okolje, kar so glavni razlogi za razvoj njihove rešitve. S kolegi z različnih področij so razvili vodni monitor, ki bo cenovno dostopen vsem. Cenovno dostopen vsem prav zato, ker nas večina čisto vodo dojema kot samoumevno ter dostopno kjer koli in kadar koli. In ker dostop do čiste vode vsem ni samoumeven, so razvili Monitr, napravo, ki jo je mogoče namestiti kamor koli in ki v realnem času testira in sporoča kakovost vode tudi brez internetne povezave. Vse zbrane podatke pa je mogoče analizirati in spremljati v aplikaciji.

Pri zadnjem finalistu se je opazilo, da ima za seboj že nekaj kilometrine pri javnem nastopanju. **Uwe Diegel** iz podjetja Lifeina je predstavil izdelek, ki kronično obolelim ljudem omogoča lažje, brezskrbno življenje – LifeinaBox. Milijoni ljudi po svetu uporabljajo zdravila, ki so občutljiva na toploto. Ker jih je treba ohranjati na stalno nizki temperaturi, urnik ljudi pa je vedno bolj dinamičen, je uporaba teh zdravil pogosto nepravilna. Zato so razvili najmanjši prenosni hladilnik na svetu, ki je povezan z mobilno aplikacijo, ta pa omogoča spremljanje temperature v hladilniku in trajanje baterije ter nastavitev urnika jemanja zdravil in monitoring zdravljenja. Trenutno hladilnik vsebuje baterijo, ki zdrži 12 ur, do februarja pa imajo cilj namestiti baterijo, ki zdrži že več kot 30 ur. In, kot je zaključil Diegel, LifeinaBox ni le prenosni hladilnik, je svoboda, ki pomaga živeti življenje.

Ključno sporočilo oziroma skupni imenovalec WenSummita 2017 pa je po najinem mnenju sledeče: volja, da se spremenimo, inovacija, je že sama po sebi obnovljiv vir.

Se vidimo naslednje leto v Lizboni! **MM**