

Rassegna del 18/12/2018

Italia Oggi	15	Deloitte Tmt: nel 2019 protagonisti la rete 5G e gli smart speaker	...	1
Corriere della Sera	37	L'Oréal in Cina Nei negozio del futuro il 30% si vende online	<i>Ferraino Giuliana</i>	2
Messaggero	19	Rc auto, crescono le truffe online: l'ivass scopre oltre 100 siti "fake"	<i>Di Branco Michele</i>	4
Sole 24 Ore	27	In breve - Sciopero in Germania nei centri Amazon	...	5
Messaggero	21	Google sfida Amazon e punta 1 miliardo per conquistare NY	...	6
Sole 24 Ore	17	Telecom completa il 5G a San Marino	...	7
Mf	11	Telecom si allea con LG per sviluppare la rete 5G	<i>Carosielli Nicola</i>	8
Giornale	20	Ora Tim rivuole i clienti che sono scappati da Iliad	<i>Camera Maddalena</i>	9
Sole 24 Ore	21	In breve - Il Vicepremier Di Maio. «Tim, non spingiamo per quota Cdp al 10%»	...	11
Stampa	19	Tim, missione in Brasile per l'ad Gubitosi Rebus sulla quota Cdp	<i>Spini Francesco</i>	12
Mf	11	Elliott pronta a salire in Tim - Elliott pronta a crescere in Tim	<i>Follis Manuel</i>	13
Sole 24 Ore	25	Lettera. Duplicare le reti stimola l'innovazione	<i>Calcagno Alberto</i>	15
ESTERA				
Echos	22	Loopsider vuole dotarsi di 3 milioni di euro per accelerare	<i>Alcaraz Marina - Madeleine Nicolas</i>	16

Deloitte Tmt: nel 2019 protagonisti la rete 5G e gli smart speaker

Reti 5G, autoparlanti intelligenti (smart speaker) e assistenti vocali per un business da 7 miliardi di dollari (6,17 mld di euro) e 164 milioni di unità vendute. Il 2019 si annuncia come l'anno in cui le reti wireless di quinta generazione approderanno in diversi mercati diventando la tecnologia più utilizzata in tutto il mondo a partire dalla sua versione 4G. A disegnare lo scenario l'annuale report Tmt (Technology, media and telecommunications) di Deloitte per l'anno venturo.

I numeri parlano di 72 operatori che hanno già testato il 5G per diventare 25 entro la fine del 2019, a lanciare il servizio 5G (prevalentemente nelle città), con altri 26 operatori che seguiranno nel 2020.

«Il 5G è senza dubbio la tecnologia di connessione del futuro che porterà ad avere comunicazioni sempre più veloci e soprattutto favorirà la diffusione dell'IoT su larga scala», ha spiegato Andrea Laurenza, Partner Deloitte e responsabile italiano del settore Tmt. «Anche se la curva di adozione del 5G potrebbe essere relativamente bassa nei prossimi 12-24 mesi, e anche se ci vorranno anni per il 5G per replicare la posizione dominante del 4G sul mercato, molti operatori di telecomunicazioni hanno un forte incentivo a investire oggi nella nuova rete per motivi di velocità, latenza, penetrazione e (specialmente) capacità».

I telefoni 5G venduti saranno circa 1 milione (su una previsione totale di 1,5 miliardi di smartphone venduti nel 2019), verranno venduti un milione di modem 5G e saranno installati circa 1 milione di dispositivi fissi con accesso 5G wireless. Tuttavia, nonostante i grandi numeri, le previsioni sull'adozione del 5G sono piuttosto limitate: si assisterà ad un'adozione lenta ma costante come avvenuto per il

4G che solo nel 2019 diventerà la tecnologia wireless più utilizzata in tutto il mondo e tuttavia, non supererà il 50% di tutti gli abbonati a livello mondiale fino al 2023, a distanza di 14 anni dal lancio.

Ciò significa che nel 2025 il 5G sarà probabilmente ancora una tecnologia relativamente di nicchia, con una previsione di 1,2 miliardi di connessioni che rappresentano solo il 14% del numero totale di connessioni mobili non IoT in tutto il mondo.

Il tasso di adozione della rete 5G a lungo termine sarà diversa tra le differenti geografie: il 49% negli Stati Uniti, il 45% in Giappone, il 31% in Europa e il 25% in Cina, mentre in America Latina, Medio Oriente e Africa la percentuale sarà solo ad una cifra. Questo significa che tra dieci anni, i provider continueranno a lanciare la rete 5G.

Deloitte prevede che il settore degli smart speaker, con connessione internet e assistenti digitali integrati subirà un'ulteriore crescita. Per la fine del 2018 stima che verranno vendute 98 milioni di unità per un fatturato totale dell'industria di 4,3 miliardi di dollari.

Il tasso di crescita del 63% nel 2019 rende gli smart speaker la categoria di dispositivi connessi in più rapida crescita in tutto il mondo e porterà ad avere oltre 250 milioni di unità installate entro la fine dell'anno. Ma le stime anche se elevate, rappresentano tuttavia una decelerazione: nel secondo trimestre del 2018, infatti, le vendite di altoparlanti intelligenti sono aumentate del 187% su base annua. La domanda potenziale di smart speaker in miliardi di unità riguarderà i più svariati settori dalle case, agli alberghi, agli uffici, ma sono previste installazioni anche in aula scolastica o letto di un ospedale a partire dagli Usa.



L'Oréal in Cina Nel negozio del futuro il 30% si vende online

«Il modello vincente è ibrido»

Lo scenario

di **Giuliana Ferraino**

DALLA NOSTRA INVIATA

SHANGHAI Lin entra nella boutique Maybelline al centro commerciale Global Harbor, nel cuore di Shanghai: si specchia nel magic mirror, lo specchio virtuale che permette di vedersi truccata con i rossetti di vari colori senza provarli, semplicemente selezionandoli. Quando trova quello giusto, scarica la foto e la salva sul suo smartphone, dove riceve tutte le informazioni del prodotto; con un clic può comprarlo direttamente online, pagandolo con il telefonino. È il «new retail», la distribuzione del futuro: O+O, cioè offline più online, una combinazione dei due modelli grazie all'uso della tecnologia che sta rivoluzionando anche i punti di vendita.

Non c'è solo lo specchio magico con la realtà aumentata. Le commesse sono diventate PA, *personal assistant*, ognuna con in mano un mini iPad dove la cliente è immediatamente riconosciuta: nel profilo sull'iPad sono memorizzati la sua data di nascita, prodotti comprati, marchi preferiti, frequenza di acquisti. La consulenza/comunicazione non si esaurisce in negozio, ma continua in remoto, e la PA riceve una commis-

sione anche per gli acquisti online suggeriti.

«L'e-commerce ha accelerato il sogno dei cinesi. La tecnologia è uno strumento per ridurre il gap tra aspirazione e realtà», sostiene Stéphane Rinderknech, 45 anni, Ceo di L'Oréal Cina. E parla di «uno tsunami digitale, che L'Oréal sta cavalcando». In un mercato della bellezza che ha raggiunto i 39 miliardi di euro nel 2018, «il 23% delle vendite avviene online, con una crescita media annua del 38% dal 2013», afferma il manager francese. «Oltre il 95% di queste vendite è fatto attraverso lo smartphone, con cui si eseguono più del 70% dei pagamenti, con Alipay o WeChat Pay — spiega Hagen Wülferth, tedesco, chief digital officer di L'Oréal in Cina — e il 92% dei prodotti è consegnato entro 24 ore, il 52% entro 6 ore, ma cresce sempre di più la quota di mercanzia recapitata a un'ora dall'ordine». Facile capire perché i colossi del web ora puntano a possedere anche negozi fisici, che tra l'altro assolvono il compito di diventare punti di partenza per la distribuzione a domicilio. L'Oréal corre ancora più veloce, con «il 30% delle vendite realizzate online in Cina», il secondo mercato dopo gli Usa, rispetto al 10% di media dell'intero gruppo. «Siamo al primo posto nell'e-commerce, con il 10% del mercato cinese della bellezza, una quota doppia rispetto a quella del primo

competitor» (P&G, con il 5%), dice Rinderknech. Basta un numero per capire la velocità del cambiamento: nel 2010 l'e-commerce rappresentava meno dell'1% delle vendite cinesi. O sapere che la metà delle vendite online per i prodotti di bellezza di Yves Saint Laurent, una delle 21 marche de L'Oréal in Cina, è realizzato in città dove non ci sono punti di vendita fisici. Mentre Lancôme, primo marchio nel segmento lusso, conta su boutique in 115 città, ma ne raggiunge 370 con l'e-commerce. Il new retail cambia anche il marketing. In Cina si contano «un milione di influencer, key opinion leader che condizionano gli acquisti dei consumatori, 50 mila sono rilevanti per l'Oréal, che ha stretto una partnership con circa 3 mila di questi», afferma Wülferth.

I dati sono l'altra faccia dell'e-commerce. «In Cina abbiamo accumulato oltre 500 milioni di dati», ammette Rinderknech definendoli «asset». Per molteplici usi. Grazie all'intelligenza artificiale, ad esempio, una semplice foto permette la diagnosi immediata della pelle, suggerendo il prodotto più idoneo. «I dati sono il nuovo petrolio», sottolinea Bruno Lannes, partner di Bain & Company, da 30 anni in Cina. E consiglia: «Essendo molto più avanti sui consumi, guardare ciò che sta succedendo qui, permette di vedere cosa accadrà domani su altri mercati».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Consumi

● La Cina è il primo mercato mondiale per la cura della pelle, grande quanto Europa e Usa insieme.

L'intero mercato della bellezza vale 39 miliardi di euro (nel 2018)

● Si stima che la classe media cinese salirà a 300 milioni entro il 2020 dai 150 milioni del 2015. Entro il 2027 i consumi toccheranno 56 mila miliardi di Rmb dai 29 mila del 2016

23

per cento
quota dei cosmetici venduti online in Cina

500

milioni
i dati sui consumatori cinesi raccolti da L'Oréal

**Hi tech**

Lo specchio magico di Maybelline per scegliere il colore del rossetto senza provarlo

Rc auto, crescono le truffe online: l'Ivass scopre oltre 100 siti "fake"

**IL FENOMENO GENERA
UN GIRO D'AFFARI
DI 3 MILIONI
L'AUTORITÀ VIGILA
SULLA RETE E CONTA
SULLE SEGNALAZIONI**

IL CASO

ROMA In aumento le truffe online sulle assicurazioni, specie Rc Auto, ai danni dei consumatori tramite siti, banner, e-mail o social network. E' quanto rende noto l'Ivass che ha intensificato vigilanza e repressione del fenomeno portando, negli 11 mesi del 2018, alla scoperta di 103 siti "fake" di cui 87 segnalati all'Autorità Giudiziaria. Infatti dietro denominazioni come www.assicuralasubito.com, www.assicurazionidirect.it o www.easyassicura.com vi sono pagine di intermediazione web irregolari dietro la quale si nascondono truffe impacchettate ai danni dei malcapitati clienti. L'istituto di vigilanza ha così sviluppato una rete con altri soggetti (Gdf, motori di ricerca, Registro domini, banche e Poste) per oscurare in maniera rapida i siti e poi bloccare le carte di credito utilizzate dai truffatori. Come sottolineano all'Ivass il fenomeno genera un giro d'affari di non meno di 3 milioni di euro all'anno coinvolgendo migliaia di veicoli. Il truffato peraltro, oltre a perdere i soldi, si

trova esposto a multe, sequestri del veicolo e ritiro della patente per l'assenza di una copertura assicurativa valida. Spesso infatti la scoperta che la polizza sia falsa avviene tramite i controlli delle Forze dell'Ordine. Il danno è poi all'intero sistema sia perchè le compagnie o gli intermediari che magari hanno subito il furto delle indennità subiscono danni reputazionali sia perchè i consumatori perdono fiducia verso la distribuzione assicurativa via internet. Da parte dell'Ivass come azione di contrasto vengono utilizzate così ricerche sulla rete e le segnalazioni di cittadini e assicurazioni.

L'ORGANIZZAZIONE

Si tratta di un'azione continua anche perchè le truffe, data la ricorrenza di certi elementi, portano a ipotizzare l'esistenza di vere e proprie centrali in grado, una volta oscurato il sito, di montarne un successivo con lievi modifiche. A cadere nella rete sono una serie di soggetti magari meno esperti dal punto di vista dell'educazione finanziaria o con problemi di lingua, immigrati in primis ma anche, a sorpresa, i più giovani. I 'millennials' infatti fanno largo uso di internet ma spesso non hanno adeguata conoscenza degli strumenti di prevenzione.

Michele Di Branco

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IN BREVE**LA RICHIESTA: CONTRATTO COLLETTIVO**

Sciopero in Germania nei centri Amazon

Lavoratori di Amazon in sciopero in Germania. Ieri stop temporaneo in due centri logistici del gigante americano del retail online a Lipsia e a Werne, in Nordreno-Vestfalia, dove i dipendenti chiedono un diverso inquadramento contrattuale. Le agitazioni, secondo quanto dichiarato dal sindacato tedesco dei servizi, Verdi, dovrebbero proseguire fino al 24 dicembre in mancanza di un accordo o di una chiarita. Un portavoce del gruppo ha precisato in un comunicato che la sospensione delle prestazioni, che coinvolge 350 lavoratori, non dovrebbe avere ripercussioni sulle consegne natalizie poiché «la maggior parte dei nostri dipendenti è al lavoro». La Germania rappresenta per Amazon il secondo più grande mercato al di fuori degli Stati Uniti. Soltanto l'anno scorso il gigante del retail online ha inviato 402 milioni di prodotti a 65 milioni di clienti attraverso il suo network europeo. Il sindacato tedesco da tempo cerca di convincere Amazon a firmare un contratto di lavoro collettivo e gli scioperi non sono una novità. Al centro di Lipsia, uno dei più importanti d'Europa con una superficie pari a undici campi di calcio, lavorano 2mila addetti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sciopero.
Esponenti del sindacato davanti al centro Amazon di Lipsia



Google sfida Amazon e punta 1 miliardo per conquistare NY

IL CAMPUS

NEW YORK Google sfida Amazon e investe 1 miliardo di dollari a New York, la città scelta da Jeff Bezos per ospitare parte della sua seconda sede americana. Mountain View intende aprire nella Grande Mela un nuovo campus, la Google Hudson Square, che le offrirà l'occasione per raddoppiare i dipendenti dagli attuali 7.000 presenti in città. Per New York si tratta di un nuovo importante investimento, che dimostra come non è più solo simbolo della finanza: la Grande Mela è impegnata da anni, dalla crisi finanziaria del 2008, a cercare di affermarsi come leader nella tecnologia. E i suoi sforzi iniziano a dare frutti. L'annuncio di Google è infatti solo l'ultimo in ordine temporale: in marzo Mountain View ha acquistato per 2,4 miliardi di

dollari l'edificio che ospita il Chelsea Market. A questo si aggiunge la vittoria, anche se solo al 50%, della seconda sede di Amazon, per la quale le autorità della città si sono attirare una pioggia di critiche per le condizioni troppo favorevoli offerte a Bezos. Non è senza polemiche anche l'espansione di Google: se i ristoratori lamentano la perdita di clienti con Mountain View che offre pranzi e snack gratis ai suoi dipendenti, i residenti criticano invece i cambiamenti in termini di fasce sociali che spingono al rialzo i prezzi delle case. «New York continua a essere una grande risorsa di talenti. È questo che ci ha portato qui nel 2000 ed è questo che ci tiene qui» spiega Ruth Porat, il cfo di Google. Al momento Mountain View occupa a New York «più di 7.000 dipendenti, che parlano 50 lingue diverse e lavorano» su vari progetti,



Telecom completa il 5G a San Marino

TLC**Partnership con Nokia:
annunciata la copertura
integrale del territorio****Andrea Biondi**

A un anno e mezzo dalla firma dell'accordo fra Telecom e la Repubblica di San Marino, il lavoro, dal punto di vista infrastrutturale è arrivato al termine.

Tim ha annunciato di aver completato, insieme con Nokia, la copertura integrale del territorio di San Marino con la rete 5G. Un risultato che arriva mentre suona la campana dell'ultimo giro prima dell'avvio commerciale, nel mondo, dei servizi sulle reti di quinta generazione. Tim ha iniziato questa sperimentazione a San Marino (un'altra la sta conducendo autonomamente a Torino con Ericsson oltre a quelle sotto l'egida del Mise a Bari e Matera con Fastweb e Huawei) puntando a sfruttare tutte le facilitazioni possibili grazie a un accordo con uno Stato estero. Dall'altra parte, San Marino diventa un primo esempio di laboratorio aperto in cui Tim e Nokia potranno sperimentare con i partner i nuovi servizi abilitanti del 5G: dalla public safety, alla gestione delle flotte di mezzi pubblici, alla telesorveglianza.

Nello specifico, spiega una nota, la copertura è data da otto siti macro con antenne a 3500 MHz e alcuni anche a 26 GHz. Il prossimo passo sarà l'installazione di small cell 5G per incrementare la copertura in aree con forte presenza.

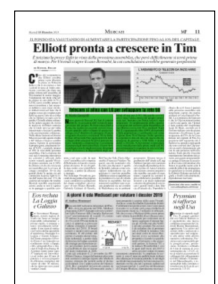
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Telecom si allea con LG per sviluppare la rete 5G

di Nicola Carosielli

Nuovo passo di Tim nel 5G. Ieri il colosso delle tlc, in occasione dell'evento di inaugurazione del proprio 5G Innovation Hub a Roma, ha siglato un accordo con LG focalizzato appunto sullo sviluppo di questa tecnologia con l'obiettivo di anticipare il lancio congiunto di servizi e terminali 5G in Italia. In base all'accordo Tim supporterà LG nello sviluppo delle soluzioni 5G per il mercato italiano, mettendo a disposizione l'ecosistema di partner degli innovation Hub, il know-how tecnologico con le migliori risorse dei propri centri di ricerca e la disponibilità degli ambienti di test per il 5G. Ma quella con LG non è stata l'unica mossa del gruppo annunciata ieri. Insieme con Nokia infatti è stato annunciato il completamento della copertura integrale del territorio della Repubblica di San Marino con la rete 5G a standard 3Gpp Rel15, raggiungendo oltre il 99% del territorio e della popolazione e certificando così come il primo Stato 5G d'Europa. Nello specifico la copertura è data da otto siti macro che dispongono di antenne a 3500 MHz, e alcuni anche a 26 GHz. A brevissimo si procederà con le installazioni delle prime small cell 5G per incrementare la copertura in aree con forte presenza. (riproduzione riservata)



IL GRUPPO TELECOM TRA LA GUERRA DEI SOCI E LA CONCORRENZA

Ora Tim rivuole i clienti che sono scappati da Iliad

Promozione a 6,99 euro per 50Gb. È l'ultima mossa nell'anno che ha sconvolto i prezzi della telefonia mobile

REPORT

In Italia e Francia le tariffe più basse d'Europa. In Usa è tutto molto più caro

DIFFERENZE

Negli Usa e in altri Paesi europei come la Germania i costi sono più alti

Maddalena Camera

■ L'arrivo di Iliad lo scorso giugno ha rimescolato le carte sul fronte della telefonia mobile e obbligato i maggiori operatori a rivedere le tariffe al ribasso. Non è forse un caso che Telecom sia alle prese con una situazione societaria quanto mai critica e con marginalità inferiore alle attese.

Tim e Vodafone non solo hanno abbassato le tariffe ufficiali ma anche promosso «Kena» e «ho.», ossia operatori virtuali per offrire tariffe ancora più basse. Del resto non solo i prezzi sono scesi, ma si sono decuplicati (da 2 a 50 visto le ultime offerte) i giga per la navigazione in rete dati nel pacchetto base. Mentre l'opzione voce, che è sempre meno usata soprattutto dai più giovani, è diventata illimitata in quasi tutti i pacchetti. Il forte ribasso delle tariffe impresso da Iliad è stato sottolineato anche dalla Fédération Française des Télécoms che ha presentato le cifre chiave del settore tlc. Qui risulta che la Francia detiene il miglior prezzo tra i principali paesi occidentali, con una tariffa di 15 euro in media per la telefonia fissa (offerta triple play) e di 9 euro per un piano mobile, mentre nel 2017 le cifre erano più alte (una media di 18 euro nel fisso e 10 euro nel mobile). Per avere un piano tariffario simile si spendono in Germania circa 60 euro per il mobile e 25 per il fisso mentre negli Usa i prezzi si aggirano sui 78 euro per il fisso, 61 per il mobile.

In Francia il calo delle tariffe è

stato avviato proprio da Free Mobile (ossia Iliad) nel 2012. Secondo lo studio anche in Italia Iliad ha influenzato le tariffe dato che il prezzo medio per un piano mobile è passato da 23 euro nel 2017 a 10 nel 2018. Il risultato è, naturalmente, una perdita di fatturato da servizi da parte dei principali gestori che Moody's ha stimato intorno al 4-5%. Al momento solo nel mobile anche se Iliad potrebbe tentare di entrare in Italia anche sul fronte della telefonia fissa. Per fronteggiare il concorrente Tim ha lanciato una sua tariffa molto aggressiva dedicata a tutti i clienti Iliad (e di qualche operatore virtuale) che vogliono cambiare gestore dal nome evocativo di «Iron 50Gb», a 6,99 euro al mese con minuti illimitati e ben 50 Giga di traffico in rete 4G. C'è anche una seconda tariffa promozionale di Kena Mobile, dedicata a chi è utente Iliad. Ossia Kena XMas, che include minuti illimitati 100 messaggi e 50 Gb a 5,99 euro. Insomma entrambe sono più basse di quelle di Iliad stessa che propone il pacchetto con i 50Giga a 7,99 euro. Ma come può Tim con 50mila dipendenti in Italia far fronte a una offerta più bassa di quella della stessa Iliad che di dipendenti in Italia ne ha, al momento, soltanto 300 e in Francia circa 6mila? Certo l'offerta di Tim è riservata solo a chi tra i circa 2 milioni di utenti raggranellati da Iliad in questi mesi volesse passare sulla sua rete. Più limitata per numero di giga e prezzo basso è infatti l'offerta che Tim riserva ai clienti di Wind Tre che passano

sulla rete. In questo caso l'offerta si chiama Tim Titanium e prevede 20Giga di traffico minuti illimitati per 9,99 euro al mese. L'ex-monopolista comunque ha più volte dichiarato che il saldo tra clienti persi e guadagnati è comunque pari a zero. Tim e Vodafone comunque in questo momento hanno altri obiettivi. Le mosse dei due operatori infatti sono concentrate sul 5G, la nuova frontiera della telefonia mobile di cui solo loro hanno le frequenze necessarie per approntare una rete efficiente per concentrare il maggior numero di servizi avanzati. Tim ieri ha completato con Nokia la rete 5G a San Marino e ha stretto un accordo con Lg per lo sviluppo e il test di nuove soluzioni. Intanto l'ad di Tim Luigi Gubitosi è volato in Brasile mentre l'azionista Vivendi è in pressing per ottenere la convocazione del cda.

2
Sono i milioni di clienti di telefonia mobile che Iliad ha conquistato in Italia dall'esordio in giugno





AL TIMONE

Luigi Gubitos è arrivato al timone della Tim (dove sedeva già in cda) lo scorso 18 novembre

IN BREVE**IL VICEPREMIER DI MAIO****«Tim, non spingiamo
per quota Cdp al 10%»**

«Da parte del governo non c'è alcuna intenzione, poi da parte di Cdp non saprei». Così il vicepremier e ministro dello Sviluppo economico, Luigi Di Maio, sull'ipotesi che il governo possa spingere per un raddoppio dal 5% al 10% della quota della Cassa Depositi e prestiti nel capitale di Tim, dopo il riaccendersi dello scontro tra Vivendi ed Elliott.



Tim, missione in Brasile per l'ad Gubitosi Rebus sulla quota Cdp

FRANCESCO SPINI
MILANO

Prima missione in Brasile per l'ad di Tim Luigi Gubitosi (foto). Partito domenica, il manager - accompagnato dal direttore finanziario Piergiorgio Peluso - si tratterà in terra carioca fino a domani. Sul tavolo ci sarebbe una ricognizione in occasione della stesura del piano industriale che va avanti nonostante la mossa di Vivendi, che ha chiesto di convocare al più presto

un'assemblea per revocare 5 consiglieri eletti con la lista Elliott (tra essi non c'è Gubitosi) per sostituirli con altri 5 indipendenti, tra cui Gabriele Galateri e Franco Bernabè. Il Brasile è uno dei motori di Tim ed è una delle attività in cui l'attività del precedente ad, Amos Genish, ha inciso maggiormente, cambiandone gran parte della prima linea. Con l'ad in Brasile (qui valute-

rà anche il dossier Nextel), è improbabile che il presidente Fulvio Conti convochi a breve alcuna cda sull'assemblea. In vista della riunione, è rebus sulla quota di Cdp. Il ministro Luigi Di Maio esclude pressioni perché raddoppi il suo 4,93% di Tim: «Da parte del governo non c'è alcuna intenzione, poi da parte di Cdp non saprei».

CC BY-NC-ND ALL'UNO DEI DIRITTI RISERVATI



BATTAGLIE IL FONDO POTREBBE ARROTONDARE DALL'8,8 AL 10% LA PARTECIPAZIONE NEL GRUPPO TLC

Elliott pronto a salire in Tim

Già avviata la raccolta di deleghe in vista dell'assemblea, che non si terrà prima di marzo. Il ruolo di Gubitosi e i dubbi sulla candidatura di Bernabè da parte di Vivendi. Cdp ago della bilancia

(Follis a pagina 11)

IL FONDO STA VALUTANDO DI AUMENTARE LA PARTECIPAZIONE FINO AL 10% DEL CAPITALE

Elliott pronta a crescere in Tim

È iniziata la proxy fight in vista della prossima assemblea, che però difficilmente si terrà prima di marzo. Per Vivendi si apre il caso Bernabè, la cui candidatura avrebbe generato perplessità

DI MANUEL FOLLIS

C'era chi scommetteva che Elliott avrebbe prima o poi allentato la presa su Telecom Italia e chi si era messo a fare i calcoli in tasca al fondo americano, convinto che dopo una prima vittoria nell'assemblea di Tim tenutasi lo scorso maggio, l'andamento del titolo (che ieri ha chiuso in calo dello 0,7% a 0,5582 euro) avrebbe portato il nuovo investitore a fare un passo indietro e anzi erano circolate indiscrezioni sul fatto che il gruppo avesse già venduto parte della sua quota, forte di un collar che ne limitava in ogni caso le perdite. Chi nelle ultime settimane ha potuto seguire da vicino le manovre di Elliott sostiene che il fondo non sia per nulla intenzionato a lasciare la partita e che anzi sia pronto a rilanciare. Nelle ultime riunioni sul dossier Telecom secondo quanto risulta a *MF-Milano Finanza* sarebbe emersa l'ipotesi di arrotondare le proprie quote, attualmente ferma all'8,8%, e portarla intorno al 10% in vista della prossima assemblea. Che la riunione dei soci sarà l'ennesimo showdown tra azionisti è ufficiale dallo scorso venerdì, quando Vivendi (primo azionista con il 24%) ha chiesto al cda di convocare un'assemblea per la revoca di cinque consiglieri. Ovvio che quindi dietro le quinte sia già cominciata la proxy fight in vista dell'assise dei soci. C'è chi sostiene ad esempio che Andrea Bonomi starebbe acquistando azioni, anche se non si capisce se in appoggio a qualche azionista e nel caso a chi. In ogni caso l'assemblea salvo sorprese difficilmente si riuscirà a tenere prima di marzo. E ora di quella data molte cose potrebbero cambiare, a partire da alleanze o strategie.

Nel frattempo Vivendi sta giocando la sua partita e ha proposto

i suoi candidati in sostituzione dei cinque consiglieri «da revocare» ovvero Franco Bernabè, Gabriele Galateri di Genola, Rob Van der Valk, Flavia Mazzarella e Francesco Vatalaro. Tra questi, uno dei nominativi che ha fatto più discutere è quello di Bernabè, indicato come consigliere indipendente ma che qualcuno è convinto potrebbe addirittura essere un papabile per la presidenza in caso di vittoria francese in assemblea. Sul suo nome però sarebbero state avanzate perplessità sia nei corridoi di Mediobanca sia in ambienti governativi. Diverso invece il gradimento dell'attuale ad Luigi Gubitosi (proprio ieri nominato nel consiglio di presidenza di Astel al posto di Amos Genish), che riscuote consensi unanimi e che starebbe cercando di mantenere i rapporti tra azionisti il più collaborativi possibile e di lavorare a un piano industriale concreto che permetta di convincere i grandi fondi a dare fiducia all'attuale cda. Dopodiché è chiaro che se il focus è puntato sulla prossima assemblea sarà importante capire che partita giocherà la Cassa Depositi e Prestiti. La scommessa del mercato è che la Cdp incrementi prima o poi la sua quota, ma l'ipotesi è stata scartata dal vicepremier Luigi Di Maio, secondo cui il Governo italiano «non ha alcuna intenzione» di rafforzare la partecipazione del 5% che la Cassa detiene nel capitale di Tim. La posizione dell'esponente dei 5 Stelle trova sponda in tutti quelli che sono convinti che Cdp eserciti un ruolo determinante già con la sola presenza nell'azionariato. Tanto più che il recente emendamento introdotto dal governo, per quanto programmatico, spinge di fatto per la creazione di un'unica infrastruttura che finisca in qualche modo sotto il controllo della Cdp, immaginando quindi per la società guidata da Fabrizio Palermo un ruolo di guida a livello infrastrutturale. (riproduzione riservata)





GRAFICA MF MILANO FINANZA



DUPLICARE LE RETI STIMOLA L'INNOVAZIONE

di **Alberto Calcagno**

Caro direttore, ringrazio Il Sole 24 Ore che ha aperto meritoriamente una discussione pubblica sullo sviluppo e la *governance* delle reti di telecomunicazioni in Italia.

Mi consenta di contribuire al dibattito con poche considerazioni dal punto di vista di Fastweb, azienda nata 20 anni orsono per creare concorrenza e innovazione sulla base di una rete proprietaria realizzata in assoluta autonomia rispetto a quella dell'ex monopolista.

È stata proprio la strategia di competere con una propria infrastruttura che ha portato negli anni un profondo beneficio alle famiglie e alle imprese italiane in termini di qualità dei servizi e di prezzi, grazie alla totale libertà di creare e disegnare nuove offerte, senza essere peraltro vincolati a prezzi di riferimento del mercato.

Tutto questo è stato possibile grazie all'audacia imprenditoriale e la volontà di scommettere sulla propria capacità di innovare, investendo e realizzando una rete su cui innestare proprie tecnologie piuttosto che schiacciarsi su un comodo servizio chiavi in mano offerto dall'operatore *incumbent*, senza alcuna possibilità di distinguersi e quindi di competere sulla qualità.

La duplicazione delle reti nelle aree con forte densità di popolazione e competizione, dunque, - a esser precisi oggi si dovrebbe parlare di "triplicazione", considerando il progetto appena partito di Open Fiber - lungi dall'essere un problema, è stato il principale fattore di stimolo concorrenziale e spinta agli investimenti in Italia negli ultimi 20 anni, nel fisso come nel mobile.

Gli operatori mobili allo stesso modo anche se con un anomalo minor clamore mediatico, hanno costruito nel tempo reti 2G, 3G, 4G completamente indipendenti - si dovrebbe dire "quaduplicato" per amor di logica - con la convinzione di poter competere al meglio sul mercato grazie al controllo e all'esercizio completo della propria infrastruttura.

Una dinamica che trova eco in tutta Europa: non a caso i Paesi che sono oggi più dotati di reti a banda ultralarga devono questo vantaggio alla presenza di una infrastruttura molto performante e capillare, quella per trasmettere la Tv via cavo, che ha costretto gli operatori *incumbent* a investire e aggiornare le proprie reti per competere in modo efficace sui servizi di accesso a internet.

Insomma, nelle aree "nere" (quelle servite da più operatori) e a determinate condizioni, il fatto di realiz-

zare più infrastrutture in parallelo, garantendo una forte autonomia a chi le gestisce, rappresenta la garanzia stessa del mantenimento di uno stimolo continuo all'innovazione, fondamentale in un settore come il nostro in costante e sempre più rapida evoluzione.

Mi preme tuttavia sottolineare come questo dibattito, in ogni caso, rischi di diventare molto rapidamente *vintage*. Siamo, infatti, di fronte a un elemento di fortissima discontinuità tecnologica, il 5G, che impone a tutti gli operatori del settore un ripensamento delle proprie strategie.

Il 5G, infatti, non sarà la prossima generazione di reti mobili ma sarà *la* rete, quella che, senza più distinzioni tra fisso e mobile, soddisferà le esigenze di connettività delle famiglie in casa come in mobilità.

Una rete che avrà bisogno per funzionare di molta fibra che non dovrà tuttavia giungere fino a casa del cliente, ma che sarà sufficiente invece connessa micro antenne poste in prossimità degli edifici, senza più necessità di complessi e costosi interventi nei condomini e negli appartamenti.

Alla luce di questa rivoluzione, continuare a dibattere sull'opportunità di una rete fissa piuttosto che due o della necessità privilegiare il FttH piuttosto che il Ftcc sembra incongruo.

Sarebbe molto più utile, dunque, dibattere su come adattare le *policy* pubbliche - che giocano ad esempio un ruolo importantissimo nell'infrastrutturazione delle aree a fallimento di mercato - alla luce del nuovo paradigma creato dal 5G per velocizzare e rendere più efficienti gli investimenti pubblici e privati. Tenendo sempre a mente che - benché senza dubbio la fibra rappresenti una dotazione infrastrutturale fondamentale per il Paese e per lo stesso 5G - essa non rappresenta affatto la fine dell'innovazione nel settore. Resterà dunque cruciale per la competitività del Paese e il benessere degli utenti mantenere un contesto che incoraggi operatori sintonizzati con le esigenze del mercato a investire e innovare, per adeguarsi rapidamente ai contesti che mutano.

Amministratore delegato di Fastweb

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Loopsider veut lever 3 millions d'euros pour passer à la vitesse supérieure

MÉDIAS

Surtout visible sur Facebook et Twitter, Loopsider veut se développer sur d'autres plates-formes.

Marina Alcaraz
 @marina_alcaraz
 et Nicolas Madelaine

Pour sa première bougie, Loopsider passe à la vitesse supérieure. Ce nouveau média sur les réseaux sociaux, destiné aux jeunes, est en train de lever 3 millions d'euros. Ses investisseurs historiques – Franck Papazian, président de Media-School, qui détient à la fois des écoles et des médias, et Bernard Mourad, banquier d'affaires qui travailla chez Altice Media Group – ont remis au pot. « Nous avons déjà sécurisé 2 millions. Nous espérons avoir le dernier via des fonds d'investissement », explique Giuseppe de Martino, l'un des trois cofondateurs de Loopsider, ancien directeur délégué de Dailymotion.

L'objectif ? Surtout présent sur Facebook et Twitter, Loopsider veut continuer son expansion sur d'autres plates-formes, en l'occurrence – Instagram et Snap – et se lancer sur YouTube ou LinkedIn, notamment en faisant des formats un peu plus longs (entre 3 et 10 minutes, contre 90 secondes actuellement). Le média veut aussi développer de nouvelles thématiques et viser l'international. La petite société veut, en effet, s'ouvrir à l'Europe du Sud. « Mais on va grandir prudemment, en commençant par produire à Paris des contenus qui pourraient intéresser le public local », précise un autre cofondateur, Johan Hufnagel, ex-directeur des rédactions de « Libération » et cofondateur de Slate.

Des infos pour les Millennials

En moins d'un an – Loopsider a été lancé mi-janvier 2018 –, les trois fondateurs sont déjà fiers de leur pari : l'info sous forme de vidéos courtes à destination des Millennials, notamment sur les thématiques sociétales, environnementales... mais pas de politique. « Jusqu'alors en France, le parti pris de Konbini, MinuteBuzz, etc. était surtout celui de l'infotainment. Brut, de son côté, a une approche plus ironique de l'info et est moins positionné

sur les 15-25 ans, dit-il. Notre positionnement a bien pris et les réseaux sociaux ont joué un vrai rôle d'accélérateur. »

Loopsider a dépassé le seuil des 50 millions de vidéos vues par mois sur Facebook, avec une communauté de plus de 640.000 fans, rien que sur ce réseau social. C'est certes faible en comparaison de Brut (600 millions), mais celui-ci a dix-huit mois d'avance, « et un partenariat avec France Télévisions », ajoutent les fondateurs de Loopsider.

Loopsider vient d'être sélectionné par Snapchat pour faire partie des 13 médias de « shows », une nouvelle offre de contenus vidéo, en France. Pour s'imposer, la petite société parisienne a misé sur le low cost, avec une petite équipe de six salariés et un pool d'une quarantaine de journalistes pigistes, jeunes (la moyenne d'âge est de 25 ans), qui sont aussi monteurs. Elle affiche un chiffre d'affaires de 500.000 euros via du « brand content » (des contenus similaires à sa production mais créés pour des marques qui les sponsorisent, par exemple Veolia sur des thématiques d'environnement). Elle espère la rentabilité en 2020.

Approché par de grands groupes

L'une de ses marques de fabrique est de s'appuyer sur la data. « Nous avons coutume de dire que l'on a deux rédacteurs en chef : Johan et la data », plaisante Giuseppe de Martino. Chacune des 6 à 8 vidéos postées par jour est analysée, pour observer ce qui intéresse les jeunes, ce qui buzze. Chacune est conçue comme une histoire, avec du suspense. Parallèlement, les pigistes viennent travailler sur place, afin « de confronter leurs visions, avec la nôtre, celle d'hommes blancs de plus de 50 ans », sourit Giuseppe de Martino.

La montée en puissance rapide de Loopsider – qui appartient pour moitié à ses fondateurs, et pour moitié à ses actionnaires historiques – n'a pas laissé le secteur indifférent. Le groupe dit avoir été approché par « plusieurs groupes et pas des moindres », pour se vendre. « Mais c'est trop tôt. Nous sommes au milieu du voyage », conclut-il. ■

Loopsider vuole dotarsi di 3 milioni di euro per accelerare

