

Rassegna del 26/02/2018

ECONOMIA E FINANZA

REPUBBLICA AFFARI&FINANZA	LO SPRING FESTIVAL FA IMPENNARE CINEMA, CIBO TURISMO E ROBOT	JADELUCA PAOLA	1
------------------------------	---	----------------	---

LAVORO PUBBLICO E PRIVATO

L'ECONOMIA DEL CORRIERE DELLA SERA	LAVORI DIGITALI E LA PARTITA (ALLA TEDESCA) DELLE 28 ORE	SEGANTINI EDOARDO	2
--	---	----------------------	---

ATTIVITA' PRODUTTIVE, COMMERCIO E TURISMO

MATTINO	LE ULTIME MOSSE DI MARCHIONNE	BERTA GIUSEPPE	3
---------	-------------------------------	----------------	---

GIORNO- CARLINO- NAZIONE ECONOMIA&LAV ORO	SATELLITI E COMUNICAZIONI IL BUSINESS DELLO SPAZIO È ENTRATO IN ORBITA	BONZI ANDREA	4
---	---	--------------	---

TRASPORTI, POSTE E TELECOMUNICAZIONI

REPUBBLICA AFFARI&FINANZA	CONSOLIDAMENTO TELCO L'UE MUOVE I PRIMI PASSI DIRETTIVA FORSE A GIUGNO	CARLI STEFANO	6
------------------------------	---	---------------	---

SOLE 24 ORE	POLIZZA-SCUDO IN AZIENDA CONTRO GLI ATTACCHI DIGITALI	NETTI ENRICO	8
-------------	--	--------------	---

FAR EAST

Paola Jadeluca



LO SPRING FESTIVAL FA IMPENNARE CINEMA, CIBO TURISMO E ROBOT

Il nuovo anno, che per il calendario cinese è iniziato il 16 febbraio, ha fatto registrare un boom di vendite nel settore dell'elettronica di consumo, del cibo e anche nel cinema. L'anno che cade sotto il segno del cane ha fatto registrare in pochi giorni tra shopping, ristoranti e mall un giro d'affari di 926 miliardi di yuan, il corrispettivo di 146 miliardi di dollari, in crescita del 10,2% rispetto all'anno precedente. Secondo i dati diffusi dal ministero del commercio, riportati da China Daily, è andato a ruba il robot che pulisce i pavimenti, mentre al botteghino, trainato da "Monster Hunt" and "Detective Chinatown 2" i biglietti del cinema si sono impennati del 52%. Il cinema piace ai cinesi, e gli analisti di China International Capital Corp. sempre secondo quanto riportato da China Daily, si aspettano una crescita degli ingressi in tutto il 2018 del 25%. Ma il business più importante che si sviluppa in questo periodo è il turismo, che ha registrato un incremento di fatturato del 12,6%, pari a 475 miliardi di yuan. Durante lo Spring Festival, anche chiamato Anno Lunare, fabbriche e uffici chiudono anche per 2 settimane e una massa di cinesi si mette in viaggio per tornare a casa a visitare parenti e familiari. E' il più grande esodo di massa del mondo, si calcolano 390 milioni di passeggeri in viaggio solo con il treno, in incremento dell'8,8% sull'anno precedente, secondo i dati ufficiali

riportati dall'agenzia di stampa Xinhua. Tutti questi dati confermano la grande trasformazione che sta vivendo la Cina, un passaggio dal vecchio modello economico di sviluppo manifatturiero e di esportazione a quello più incentrato sui consumi interni. Il governo ha investito molto negli ultimi anni sia nelle infrastrutture di trasporto, come linee ferroviarie, aeroporti e porti, ma anche in altre infrastrutture considerate anch'esse importanti per lo sviluppo dell'economia guidata dai consumi interni, ovvero cinema e telecomunicazioni, soprattutto nelle città cosiddette di terzo e quarto livello, ovvero quelle relativamente più piccole di Pechino e Shanghai ma in forte sviluppo: «Così i giovani possono avere un accesso facilitato agli intrattenimenti e in generale intrattenimento e telecomunicazioni spingeranno i consumi del futuro», ha spiegato

Wen Bin, di ricercatore di China Minsheng.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nuove relazioni in azienda

Lavori digitali e la partita (alla tedesca) delle 28 ore

di **Edoardo Segantini**

«**L**a Cgil deve cambiare. Roma deve ascoltarci, perché Milano è l'area del Paese che più rappresenta la trasformazione del lavoro, del territorio, delle persone. Altrimenti rischiamo di restare indietro». Il messaggio di Massimo Bonini non potrebbe essere più chiaro. Anche perché il segretario della Camera del Lavoro di Milano lo invia in modo pacato, senza enfasi, rappresentando la posizione del proprio gruppo dirigente.

Come talvolta capita nella tradizione sindacale, i segnali di svolta arrivano dalle giornate di studio come quella dedicata a Bruno Trentin, in cui la riflessione sul passato serve a mettere a punto le idee per il presente.

Il momento, per la Cgil pregressuale, è interessante: non solo per decidere chi prenderà il posto di Susanna Camusso alla guida della maggior confederazione italiana, ma soprattutto per definire le nuove strategie. L'incontro è aperto da Mario Sai dell'ufficio studi, che ricorda la figura carismatica di Bruno Trentin — capo dei metalmeccanici dal 1962 al 1977 e segretario della Cgil dal 1988 al 1994 — e il suo impegno per un sindacato competente, capace di dare un ruolo politico al lavoro. Tanto da proporre (senza riuscirci) di chiamare «Partito del Lavoro» il maggior partito della sinistra, allora guidato da Achille

Occhetto. Con il sociologo Federico Butera e il filosofo Salvatore Veca, l'analisi si approfondisce. Butera, in particolare, chiarisce bene la linea di contatto tra il pensiero del dirigente sindacale scomparso nel 2007 e la Quarta rivoluzione industriale di oggi.

Il nesso centrale, in sintesi, è la necessità del sindacato di concentrarsi su due obiettivi: contribuire alla progettazione delle nuove forme del lavoro e, a questo scopo, ampliare la sua partecipazione alla vita delle imprese.

Franco Martini, della segreteria nazionale Cgil, entra nel vivo e invita il proprio sindacato a indossare «lenti meno appannate» per osservare ciò che oggi accade nel mondo del lavoro. Ma è soprattutto con Bonini che il messaggio risulta più netto: «Se non vogliamo perdere iscritti e ruolo — afferma — dobbiamo interpretare meglio i nuovi paradigmi del lavoro, dalla logistica di Amazon alla distribuzione in bicicletta, alle startup digitali. Non c'è inclusione senza innovazione. Ma questo, per la Cgil, significa cambiare testa e modificare profondamente il modello organizzativo. Stare meno alla scrivania e più sul territorio, eliminando le barriere relazionali. Entrare nella logica delle imprese, quella che in Germania ha portato all'accordo delle 28 ore».

**Modelli**

Massimo Bonini, segretario generale della Camera del Lavoro di Milano, ha invitato il sindacato a «cambiare testa»

 @SegantiniE

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lo scenario

Le ultime mosse
di Marchionne

Giuseppe Berta

L'industria dell'automobile sta attraversando un autentico passaggio d'epoca.

La decisione di Fiat Chrysler che, secondo il "Financial Times", si appresta anch'essa ad abbandonare la produzione di motori diesel entro il 2022, ne rappresenta un'ulteriore conferma. Nei prossimi anni prenderà sempre più consistenza un radicale cambio di paradigma tecnologico, destinato a mutare la stessa concezione dell'automobile e le forme fondamentali del suo impiego.

Tutto è cominciato poco più di un paio di anni, proprio con quello che è stato chiamato il "dieselgate", lo scandalo scoppiato negli Stati Uniti, dove ci si rese conto che il maggiore produttore di auto al mondo, Volkswagen, aveva scientemente manomesso i dati relativi alle emissioni inquinanti pur di proteggere sul mercato le sue vetture equipaggiate con motori diesel. Il gruppo tedesco fu messo così sul banco degli accusati, ma ben presto si scoprì che più o meno tutti i produttori manomettevano i dati sulle emissioni dei loro modelli diesel, incapaci di corrispondere agli standard ambientali (più severi negli Usa, almeno prima dell'avvento dell'amministrazione Trump, più laschi in Europa fino a poco tempo fa).

Eppure il diesel aveva conosciuto uno straordinario successo di mercato, soprattutto presso il pubblico europeo, che però chiedeva ai produttori dei motorivivaci, in contrasto con la natura originaria del diesel. Le case automobilistiche cercavano di dare ai consumatori ciò che questi chiedevano, cercando di conciliare prestazioni brillanti e basse emissioni, un'impresa rivelatasi impossibile. Stare al passo con le regole che impongono un'auto sempre più ecologica, facendo i conti con i costi crescenti che questo impone, ha convinto le case produttrici ad abbandonare il diesel. Tanto più che anche la domanda del pubblico sta rapidamente scemando (-8% l'anno scorso la richiesta per veicoli diesel).

Il successo d'immagine (non ancora industriale) di Elon Musk e della sua rivoluzionaria Tesla si spiega con questa situazione. Nel mondo dell'auto sta passando l'idea che siamo alla vigilia di un totale cambiamento delle vetture e dei loro modi d'uso. Il domani apparterrà sempre più alla mobilità elettrica, tanto meglio se coniugata con la cosiddetta guida autonoma, quella che riduce l'intervento umano fino alla sua abolizione.

Intendiamoci: non sarà facile arrivarci ed è probabile che le profezie che

danno per quasi compiuta una simile rivoluzione siano troppo affrettate. È certo, tuttavia, che il numero delle auto elettriche sia destinato ad aumentare molto rapidamente, così come di quelle ibride, su cui un altro grande gruppo mondiale come Toyota ha aperto la strada. Per quanto riguarda la guida autonoma non si possono fare pronostici, ma è sicuro che nei prossimi anni le tecnologie della guida assistita faranno altri importanti passi avanti.

Un po' tutti i produttori, vecchi e nuovi, sistanno muovendo in questa direzione. Di Tesla si è già detto, mentre Toyota vuole consolidare la sua posizione nell'ibrido. General Motors sta dimostrando una sorprendente vitalità, dopo aver superato la gravissima crisi del 2008-09, caratterizzandosi come il gruppo più avanti nelle realizzazioni delle piattaforme elettriche e driverless. In Europa, tutti sistanno cimentando con questa prospettiva, a partire da Volkswagen per arrivare ai gruppi francesi Renault e PsA. E c'è da giurare che il rafforzamento dell'azionista cinese nella compagine proprietaria di Daimler sarà d'impulso all'orientamento all'innovazione.

In questo panorama, le indicazioni minori sono venute da Fca che, avvicinandosi il passaggio delle consegne di Sergio Marchionne, non ha fornito molti elementi circa le proprie strategie per il futuro. Ogni comunicazione importante è rimandata a giugno, quando verrà presentato il nuovo piano industriale e si capirà di più sulla successione di Marchionne, che tuttavia non può non comportare un riassetto del gruppo.

Ieri si è compreso che Fca si uniformerà all'indirizzo prevalente per quanto concerne il diesel, ma le novità più sostanziose devono ancora venire: c'è qualche consistenza nelle voci che sono riaffiorate circa nuove alleanze e fusioni, differenziate per le produzioni nordamericana ed europea? E si consoliderà effettivamente, anche in termini societari, il "polo del lusso", concentrando i marchi Maserati e Alfa Romeo? Si tratta di questioni che hanno un peso ben superiore, per le sorti del gruppo e delle sue basi industriali in Italia, della fine dei prodotti diesel.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Satelliti e comunicazioni

Il business dello spazio è entrato in orbita

Non ci sono solo i promessi voli commerciali dei miliardari Bezos e Musk: sui satelliti e sul trasferimento di dati dallo spazio in Italia si gioca un business di oltre 1,4 miliardi.

Andrea Bonzi
■ MILANO

SPAZIO, ultima frontiera del business. Nonostante non sia più tempo di sfide tra russi e americani nello spazio, come negli anni '50 e '60, la *space economy* è letteralmente decollata, lanciandosi – è proprio il caso di dirlo, come un razzo – verso vette mai raggiunte. Si calcola che l'intera filiera del settore spaziale abbia un giro d'affari di oltre 340 miliardi di dollari. Del totale, 260 miliardi sono generati dall'industria satellitare in senso allargato che, oltre ai produttori, comprende anche i fornitori di servizi e delle strumentazioni e l'industria dei lanciatori; mentre gli investimenti scientifici e tecnologici delle agenzie spaziali valgono invece i restanti 77,6 miliardi di dollari. Montagne di denaro, più che raddoppiate in dieci anni (nel 2007 il totale non superava i 122 miliardi). E che vedranno un aumento progressivo, con Paesi come Corea del Sud e soprattutto la Cina tra i nuovi competitor da tenere d'occhio. L'Italia non è stata a guardare. Il 2017 è stato un anno d'oro per il comparto. L'Agenzia spaziale italiana (Asi), il cui presidente Roberto Battiston è stato insignito del premio Space economy dell'Asas, calcola in circa 1,4 miliardi di euro il giro di denaro legato allo spazio in Italia, con 6mila lavoratori specializzati nel settore e un ritorno di 4 volte per ogni euro investito. È stato poi approvato con l'ok della Commissione Attività produttive della Camera, il ddl Spazio, che cambia le regole della *governance*, attribuendo gli indirizzi in materia alla Presidenza del Consiglio. Una

mossa che dovrebbe snellire le procedure e dare un impulso imprenditoriale più deciso al settore.

NEGLI ANNI il settore è molto cambiato. Sì, è vero, oltre all'esplorazione spaziale in senso stretto c'è la corsa ai voli commerciali lanciata dai visionari del XXI secolo: Elon Musk (Space X), Richard Branson (Virgin Galactic), Jeff Bezos (Blue Origin) si sfidano a colpi di miliardi, ognuno con la propria compagnia che promette viaggi tra le stelle. Si vedrà quanto di queste idee resteranno pure trovate di marketing, e quanto verrà invece realizzato (Bezos dovrebbe partire coi lanci di prova il prossimo anno). Ma il business più concreto – e non è un caso che ci sia sopra Bill Gates, un po' il capostipite dei miliardari di cui sopra, meno eccentrico ma comunque bravissimo a fare utili – pare quello dei satelliti. Kymeta, la società partecipata dal patron di Microsoft, sperimenta e realizza nuove antenne satellitari potentissime, ricorrendo anche a lanci spaziali. In orbita si conterebbero circa 1.500 satelliti operativi, in aumento del 50% circa rispetto a cinque anni fa. Ma se la costruzione di questi dispositivi e dei relativi lanciatori non genera più di 20 miliardi di dollari di fatturato – anche perché lanciare un satellite oggi costa molto meno di 10 anni fa – sono tutte le attività accessorie dei servizi ad essi legati a farla da padrone.

UN ESEMPIO? L'Agenzia spaziale europea calcola ben 7.500 tonnellate di spazzatura alla deriva,

fra parti di satelliti in disuso (sono circa 13.000 quelli che ancora galleggerebbero nello spazio) e di razzi, insieme a tonnellate di dadi, bulloni e schegge di metallo che possono causare danni consistenti sia ai veicoli in funzione sia agli astronauti in missione.

Per risolvere il problema sarà lanciato RemoveDebris, piccolo satellite dal cuore italiano (l'ideatore è lo scienziato italiano Guglielmo Aglietti, a capo del Surrey Space Center dell'Università del Surrey) che, una volta in orbita, valuterà e darà indicazioni sul modo migliore di fare pulizia tra le stelle.

Poi c'è tutto il comparto della comunicazione. Secondo la Satellite industry association (Sia), la parte del leone la fanno i servizi *consumer*, che comprendono le trasmissioni televisive. Grazie alle innovazioni sulla qualità visiva (Hd e Ultra Hd) questa fetta della torta ammonta a quasi 100 miliardi di dollari, poco meno di un terzo dell'intera *space economy*.

I ricavi arrivano dai 220 milioni di clienti delle Tv Sat del mondo, di cui il 41% sta negli Usa. In forte crescita il business dell'osservazione della Terra (che porta poi a servizi come Google Earth) e delle comunicazioni in mobilità, che hanno registrato una crescita, rispettivamente, del +11% e del +5%, nonostante valgano complessivamente 'solo' 5 miliardi di dollari.





Fatturato in Italia a 1,4 miliardi

Il 2017 è stato un anno d'oro per il comparto in Italia: l'Agenzia spaziale italiana (Asi) calcola in 1,4 miliardi di euro il giro di denaro legato allo spazio, con 6mila lavoratori specializzati impiegati nel settore

L'affare del futuro nei contenuti Hd

Secondo la Satellite industry association (Sia) il grosso del business globale è concentrato nelle trasmissioni di contenuti in Hd e ultra Hd: 100 miliardi di dollari, poco meno di un terzo dell'intera space economy

DIGITAL SINGLE MARKET

Consolidamento telco l'Ue muove i primi passi direttiva forse a giugno

FINORA BRUXELLES HA SEMPRE OSTACOLATO PIUTTOSTO CHE FAVORITO LE FUSIONI MA ORA, ALLA VIGILIA DI UNA STAGIONE DI GRANDI INVESTIMENTI, E CON L'ESEMPIO DI QUANTO ACCADE NEGLI USA, QUALCOSA STA CAMBIANDO, ANCHE SE ANCORA LENTAMENTE

Stefano Carli

Roma

Il consolidamento del mercato europeo delle telco è un tema che a Bruxelles ha già una sua lunga storia alle spalle e ancora non vede una sua sistemazione definitiva, anche se forse qualche passo avanti potrebbe arrivare presto. Il tema è noto da tempo nei termini delle difficoltà che Bruxelles ha sempre frapposto alle operazioni di concentrazione tra operatori, lasciando il mercato europeo molto frammentato rispetto a quello Usa.

L'ultimo caso è stata la fusione in Italia tra Tre e Wind, che ha avuto una gestazione regolamentare di molti mesi e una serie di impegni, alcuni dal carattere apparentemente contraddittorio. Per esempio per dare l'ok alla fusione tra il terzo e il quarto operatore mobile italiano l'Ue ha voluto che venissero liberate frequenze e infrastrutture per permettere l'ingresso di un nuovo quarto operatore: è la francese Iliad, la quale peraltro, continua a rinviare il lancio del suo servizio sul mercato italiano.

Un primo tentativo di modificare le norme Ue nel senso di una maggiore apertura ai merger e alle acquisizioni era già stato tentato dalla precedente Commissione Barroso, ma non aveva passato il vaglio del Consiglio Europeo. Poi, sempre la vecchia Commissione ha iniziato a lavorare a proposte di più direttive relative al Digital Single Market, approvando la prima, sulla net neutrality. Poi, con l'attuale Commissione Juncker, è passata, quella sul roaming internazionale, che ha aperto alla portabilità nell'Ue degli abbonamenti alle pay tv e ha abbattuto i costi del roaming telefonico per voce e dati.

Ora un ulteriore testo è in discussione, incentrato sul tema del sistema di regolazione europeo. Lo sta elaborando la Commissione e lo dovrà portare all'approvazione di Parlamento europeo e del Consiglio dei ministri europei. Se entrambi daranno luce verde, il testo diverrà una direttiva, sarà pubblicato sulla Gazzetta Europea e, da quel momento, ci sarà un ulteriore lasso di tempo di 12-18 mesi entro i quali di governi nazionali dovranno adeguarsi.

A che punto è il tema del consolida-

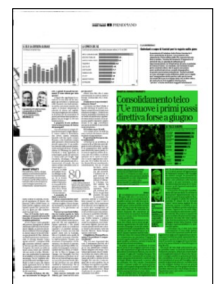
mento del mercato delle Tlc nel testo in discussione? Apparentemente non se ne parla in modo troppo esplicito. Il nodo da sciogliere è quello dei poteri di controllo. E' chiaro che un mercato "unico" dovrà essere regolato da una Authority centrale. Il modello a cui si pensa è di affidare questa competenza al Berc, l'agenzia Ue, con sede a Riga, che è emanazione delle diverse Autorità nazionali. Ma proprio in quanto tale meno sensibile alle posizioni dei singoli governi. Un nodo che vede l'opposizione fondamentalmente di Germania e Spagna, mentre Italia, Francia e Gran Bretagna rappresenterebbero le posizioni più aperte.

Comunque sia, il testo non tratta espressamente il tema delle fusioni.

La via scelta è piuttosto quella di un alligierimento degli oneri regolamentari che impastano l'architettura delle operazioni fino a scongiurarle, quando alla fine non le bocciano, come è successo nel maggio 2016 con la fusione da 10 e passa miliardi in Gran Bretagna tra H3g UK e O2.

Dal punto di vista degli schieramenti, questo potrebbe essere un periodo favorevole: il Parlamento europeo, sempre più avanti rispetto al Consiglio dei ministri, è favorevole. Ma anche il Consiglio sarebbe su posizioni più flessibili e possibiliste. A favore gioca anche il fatto che il presidente di turno del Consiglio, ossia il premier bulgaro Bojko Borisov, vorrebbe farne uno dei maggiori risultati dei suoi sei mesi di guida. Se così fosse, per fine giugno la direttiva potrebbe vedere la luce. Ma il tempo rimasto a disposizione non è più molto e la meta non è ancora così vicina.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Il presidente della Commissione Ue

Jean-Claude Juncker (1) e il vicepresidente responsabile per il mercato unico digitale

Andrus Ansip (2)



LE TELCO EUROPEE

Quote % sul mercato totale, III trim. 2017

DEUTSCHE TELEKOM	16,4
VODAFONE EUROPE	16,3
TELEFONICA EUROPE	12,8
BT GROUP	12,8
ORANGE EUROPE	12,2
TIM ITALY	7,5
SKY	7,2
ALTICE	6,6
LIBERTY GLOBAL	5,5
TELENOR	2,8

S. DI MEO

Cyber rischi. L'assicurazione serve a rafforzare la tutela di impianti «smart» e dati

Polizza-scudo in azienda contro gli attacchi digitali

Con il Gdpr cresce la prevenzione e l'adeguamento dei sistemi

LA CLAUSOLA

Le polizze «claims made» prevedono l'indennizzo se il sinistro o il furto dei dati emergono durante il periodo di copertura

Enrico Netti

■ È allarme per l'invisibile minaccia dei cyber attacchi, le frodi informatiche, il ransomware, lo spionaggio industriale. In più c'è la corsa contro il tempo, mancano di 90 giorni, per adeguare l'azienda agli obblighi del Gdpr, il regolamento europeo per la protezione dei dati. Imprenditori e top management sono di fronte a due priorità: varare una serie di misure preventive per aggiornare e rafforzare il livello di sicurezza informatica dei sistemi aziendali e valutare se stipulare anche una polizza contro i cyber risk, scudo in più a tutela degli asset.

È quest'ultima la via che ha esplorato Il Sole 24 Ore per capire che cosa comporta assicurare, per il Gdpr e contro i cyber rischi, una media impresa manifatturiera con un giro d'affari di 120 milioni, un centinaio di dipendenti, diversi robot e carrelli robotizzati impiegati in produzione e nel magazzino. Generalmente lo scudo-polizza protegge dalle responsabilità derivanti dalla violazione dei dati (data breach), le conseguenti attività di ripristino e recupero dei dati oltre ai ricavi persi a seguito dell'interruzione dell'attività. Le polizze sono offerte dai principali gruppi, tra cui Allianz, Chubb, Aig, Generali e Unipolsai. La simulazione che proponiamo, non esaustiva ma utile per avere alcuni parametri di riferimento, è stata formulata da Aon, broker internazionale che implementa una metodologia di cyber resilience.

La polizza è del tipo «claims made», in cui l'assicurato è indennizzato se il danno derivante dal sinistro (il data breach) viene scoperto nel periodo di copertura della polizza. L'importante

non è quindi il momento in cui l'hacker ha attaccato l'impresa ma quando viene scoperto il sinistro, per esempio, con il blocco dei sistemi o la richiesta di riscatto nel caso di un attacco con ransomware. Per cui è buona regola rinnovare sempre la polizza.

Il broker invia un dettagliato questionario in cui l'impresa descrive l'attività e la struttura societaria, sistemi Ict, i dati gestiti, le policy e la formazione fatta al personale, come vengono gestiti i rischi It e i relativi piani d'emergenza. Queste risposte servono per valutare il livello di rischio e calcolare il premio annuale. Nella simulazione preparata per Il Sole 24 Ore il premio lordo annuo richiesto è di 26 mila euro con un massimale di 5 milioni e una franchigia di 10 mila euro. «I parametri chiave sono il settore e il fatturato dell'assicurato nel caso sia richiesta la copertura per la perdita di profitto a causa della business interruption - avverte Vincenzo Aliotta, Specialty director financial lines di Aon - È inoltre rilevante il livello di sicurezza se "base" con il classico firewall e antivirus o se è "elevato", con una struttura centralizzata (Soc e Noc) che monitora, protegge e gestisce i sistemi e la rete aziendale dagli attacchi».

A poche settimane dall'entrata in vigore del Gdpr qual è la situazione in Italia, soprattutto per le Pmi? «Per almeno i due terzi delle grandi aziende sono stati avviati progetti di adeguamento al regolamento ma per le Pmi la situazione non è molto positiva - risponde Gabriele Faggioli, responsabile scientifico dell'Osservatorio Information security & privacy del Politecnico di Milano e presidente del Clusit, l'Associazione italiana per la sicurezza informatica - C'è un grande interesse verso le polizze cyber risk ma il mercato stenta a decollare».

Va sottolineato che il regolamento smuove un mercato, quello della sicurezza informatica i

cui investimenti 2017 hanno di poco superato il miliardo, che finora ha vivacchiato mentre la sicurezza dei sistemi Ict delle aziende deve diventare una priorità soprattutto per l'industria 4.0. «L'impatto del Gdpr è rivoluzionario perché obbliga l'azienda a capire cosa deve fare dopo una analisi della propria situazione - ricorda Nadia Martini, Head of data protection Italy e associate partner dello studio legale Rödl & Partner Italia - e deve provare che quanto ha fatto sia adeguato al suo caso concreto». In più le cyber difese vanno soprattutto aggiornate e adeguate in modo dinamico alle nuove minacce. L'eterna lotta tra lo scudo e la lancia si combatte in azienda.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

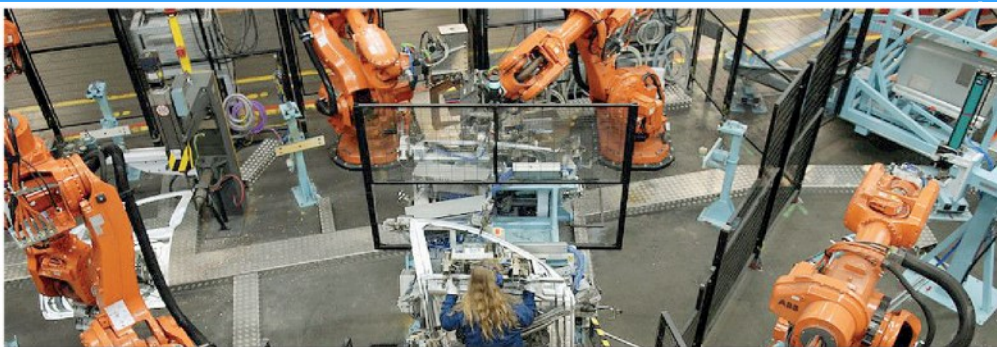
AZIENDE SOTTO SCACCO



Attacco simulato

■ L'articolo del 29 gennaio 2018 in cui sono stati stimati i danni economici per una Pmi vittima di un cyber attacco





Come si costruisce la copertura



<p>IL QUESTIONARIO</p>	<p>L'azienda compila un questionario con gli asset aziendali: giro d'affari, organico, tipi di dati custoditi, la propria dotazione di computer, server e database, standard di difesa adottati e le procedure da seguire in caso di emergenza o/e attacco, il livello di formazione del personale e le policy adottate verso le parti terze. Si devono indicare le coperture richieste: dalla violazione dei dati (privacy) ai costi di gestione della crisi alla cyber estorsione</p>
<p>I ROBOT</p>	<p>Nel caso l'impresa disponga di sistemi di automazione industriale fissi e mobili come, per esempio, robot e carrelli robotizzati si devono fornire informazioni circa l'operatività e le finalità di questi dispositivi</p>
<p>IL REGISTRO</p>	<p>L'azienda deve creare il registro dei trattamenti dei dati personali indicando i responsabili e precisando le finalità, le categorie dei dati trattati e dei soggetti interessati, i destinatari, gli eventuali trasferimenti verso paesi terzi e la descrizione delle misure organizzative e di sicurezza per garantire che il trattamento dei dati sia conforme al Gdpr</p>
<p>LA VALUTAZIONE</p>	<p>Valutazione d'impatto del livello del rischio del trattamento sulla protezione dei dati definendo le misure per mitigare il rischio. Stesura della documentazione e definizione della procedura di data breach, per scoprire violazioni, cause ed effetti. Individuare il "Data protection officer", soggetto responsabile del rispetto del regolamento Ue</p>
<p>IL SOPRALLUOGO</p>	<p>Il broker assicurativo visita l'azienda, analizza e verifica in loco il livello di rischio, le garanzie richieste e calcola il premio. La compagnia può anche fornire un servizio di valutazione e consulenza a supporto dei provvedimenti da prendere per rafforzare le difese e ridurre il rischio</p>