

Rassegna del 20/12/2018

Messaggero Inserto	17 Intervista a Remo Ruffini - OutlookEconomia 2019 - «Ecco come l'era digitale cambia la moda e il lusso» - «Ecco come l'era digitale cambierà moda e lusso»	<i>Franzese Giusy</i>	1
Giornale	35 Poste fa il tutto esaurito con la Postepay Evolution	<i>Farinacci Andrea</i>	5
Giornale	35 Pagamenti digitali già oltre quota 46 miliardi E ci sarà un altro+18%	<i>Villani Manfredi</i>	8
Sole 24 Ore nòva.tech	43 Criptoutenti passivi ma il mercato matura	<i>P.Sol.</i>	9
Repubblica	25 Glaxo con Pfizer per produrre i farmaci da banco e sfidare l'online	<i>Livini Ettore</i>	10
Sole 24 Ore	25 Softbank debutta con un crollo	<i>Carrer Stefano</i>	12
Sole 24 Ore	5 Dalla web tax 600 milioni a regime - Arriva la web tax: 150 milioni nel 2019, poi cresce a 600	<i>Mobili Marco - Rogari Marco</i>	13
Giornale	5 L'analisi - Per finanziare la manovra web tax e taglio sui treni	<i>Napolitano Pasquale</i>	15
Italia Oggi	31 Web tax per Amazon ed eBay - La web tax punta Amazon	<i>Bartelli Cristina - Stroppa Valerio</i>	17
Repubblica Album	27 Lombardia - La battaglia dei negozi nell'era dell'e-commerce	<i>Argenti Giulia</i>	18
Messaggero Inserto	23 OutlookEconomia2019 - Tutto a portata di voce grazie all'intelligenza	<i>Malfetano Francesco</i>	20
Messaggero Inserto	21 OutlookEconomia2019 - L'anno in cui gli oggetti hanno iniziato a imparare	<i>Cerra Rosario</i>	24
Messaggero Inserto	3 OutlookEconomia 2019 - Industria 4.0 resta l'unica lama di luce all'orizzonte	<i>Poma Luciano</i>	28
Sole 24 Ore	21 Tim, dall'Agcom spinta alla rete unica Arriva lo sconto per l'accesso alla fibra	<i>Fotina Carmine</i>	30
Messaggero Inserto	19 OutlookEconomia2019 - La rete sarà unica ma a caro prezzo	<i>Bassi Andrea</i>	31
Sole 24 Ore nòva.tech	43 5G, nella partita tra Cina e Stati Uniti c'è un ruolo anche per l'Europa - 5G, la partita Cina-Usa si gioca a tre	<i>Dini Antonio</i>	34
Il Fatto Quotidiano	3 Frequenze, il governo fa un grande regalo a Mediaset & soliti noti	<i>Tecce Carlo</i>	37
Sole 24 Ore	21 Parterre - Soru e la suggestione di ritornare in Tiscali	<i>R.Fi.</i>	39
Gazzetta di Reggio	52 Razzoli è secondo in Coppa Europa Oggi torna tra i big	<i>...</i>	40

OutlookEconomia

L'intervista/2

«Ecco come l'era digitale cambia la moda e il lusso»

Giusy Franzese

A pag. XVII

L'INTERVISTA REMO RUFFINI

«ECCO COME L'ERA DIGITALE CAMBIERA MODA E LUSO»

«L'ITALIA VIVE IN UN MOMENTO DIFFICILE, OCCORRE PUNTARE SULLE NUOVE GENERAZIONI. NON CREDO CHE IL REDDITO DI CITTADINANZA SIA LA SOLUZIONE AI PROBLEMI DEL PAESE, CI VUOLE MOLTO ALTRO»

Giusy Franzese

L'e-commerce entro cinque anni rappresenterà il 25% del business Saper vendere e comunicare online sarà fondamentale anche per i brand più conosciuti

Ha fatto il percorso inverso di molti suoi colleghi: nel 2003 ha comprato un marchio francese e lo ha portato al successo nel mondo come made in Italy. Un po' alla volta Remo Ruffini, 57 anni, è riuscito a trasformare un prodotto di quotidiana utilità, il piumino, in uno status symbol che piace a tutte le età, non più solo ai giovani adole-



scenti come accadeva invece negli anni '80. Nel suo personale palmares c'è la nomina a Cavaliere del Lavoro e il premio Ey-Imprenditore italiano dell'anno 2017. Il gruppo Moncler, presente con i suoi piumini di lusso in 70 Paesi, continua a macinare progressi, da fine 2016 ha sfondato la soglia di 1 miliardo di fatturato, è salito a quasi 1 miliardo e 200 milioni nel 2017 (1.194 miliardi per la precisione) e anche il 2018 è proseguito a gonfie vele con crescita a due cifre (nei primi nove mesi il fatturato ha realizzato un balzo del 23% a tassi costanti).

Ruffini, secondo l'ultimo report di McKinsey sul settore moda, il 2019 sarà un anno di svolta, con la Cina che supererà come mercato gli Stati Uniti. Viste però le turbolenze create dalla guerra dei dazi tra Usa e Cina, si prevede un rallentamento della crescita. La preoccupa questa analisi?

«La guerra dei dazi potrebbe essere un problema. I cinesi sono nostri importanti clienti sia all'interno della Cina che quando fanno i turisti in giro per il mondo. Comunque non sono così pessimista, spero che la ragionevolezza prevalga».

E-commerce e digitale stanno assumendo sempre più importanza tra i consumatori. Un recente rapporto Nielsen stima che il commercio elettronico mondiale sia aumentato del 15% negli ultimi 2 anni e tra i prodotti più acquistati c'è anche il settore moda, compreso il lusso. Voi come vi state attrezzando?

«Stiamo vivendo una vera e propria rivoluzione digitale, non solo per quanto riguarda il commercio, anche per la comunicazione. Ci si aspetta che questo tipo di canale possa incidere nei prossimi cinque anni intorno al 20-25% del business del settore. Noi siamo già attrezzati, sono diversi anni che abbiamo una piattaforma e-commerce attraverso la quale cerchiamo di dialogare con il nostro consumatore. Credo che non ci siano alternative, bisogna saper comunicare e vendere online, ma è anche fondamentale riuscire a utilizzare tutti i canali. I nostri consumatori, ad esempio, si informano online, poi però l'esperienza fisica nei negozi rimane molto importante».

In una società liquida - ovvero, in base alla famosa definizione del sociologo Bauman, una società dove predominano il cambiamento l'individualismo e la rapidissima obsolescenza dell'oggetto del desiderio - il brand ha ancora importanza?

«Ho sempre pensato che la marca sia importante quanto il prodotto, se non più del prodotto stesso. Per me il lusso è un prodotto di qualità, contemporaneo, ma che deve durare nel tempo e andare oltre le mode cosicché il consumatore possa sentirsi appagato per più anni. La marca quindi resta fondamentale».

Nome francese, proprietà italiana e produzione soprattutto fuori dai confini nazionali. Moncler può essere identificato con il made in Italy? E il made in Italy nel mondo è ancora un fattore di successo?

«Per sviluppare un prodotto come il nostro, la cultura, la creatività e il design italiani sono fondamentali. Noi occupiamo un migliaio di persone in Italia, e tutto parte dalle nostre sedi di Milano e Padova. È lì che inventiamo e pensiamo prodotti e strategie. Le materie prime le scegliamo a livello internazionale per creare un prodotto di grande qualità. Anche se il marchio è di origine francese, noi siamo riconosciuti come un'azienda italiana e questo è un valore che stiamo portando avanti. Detto ciò, l'internazionalizzazione è necessaria, perché il mercato è molto volatile e bisogna cogliere tutte le opportunità».

Se lei fosse al governo cosa farebbe per rendere meno drammatica la disoccupazione giovanile?

«L'Italia è in un momento difficile, risolvere il problema della disoccupazione giovanile non è il mio lavoro, ma credo bisogna puntare sulle nuove generazioni, siamo un popolo che ha una enorme forza e voglia di fare. Gli italiani, così come ogni nazione, hanno bisogno di una visione chiara».

Cosa ne pensa del reddito di cittadinanza?

«Il governo ha tante cose da fare e ancora tanto da dimostrare. La percezione della "marca Italia", ad esempio, è fondamentale per chi deve esportare. L'Italia è come un'azienda, non c'è solo un settore da gestire, ma tanti: il reddito di cittadinanza potrebbe essere una soluzione a un problema - anche se io in realtà non credo che lo sia - a ogni modo non ci si può limitare a questo, bisogna fare anche tante altre cose».

Confindustria sostiene che la manovra aiuta poco le aziende, è d'accordo?

«Onestamente non mi aspetto dei grandi aiuti. Sarebbe già un grosso passo avanti avere una nazione con una bella immagine e una forte credibilità nel mondo».

È vero che anche lei come Steve Jobs ha iniziato i suoi primi passi da imprenditore in un garage?

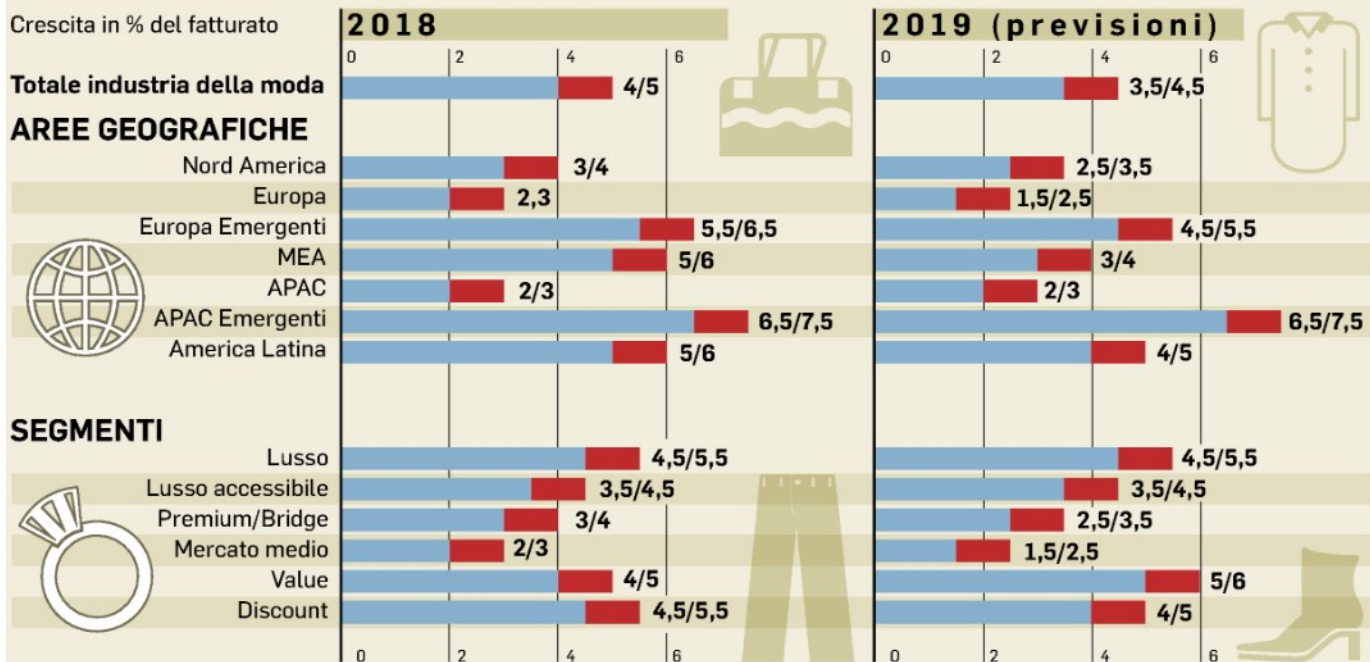
«Io sono partito da solo, senza dipendenti, con una piccola azienda in una stanza, non proprio un garage. Era il 1983. Adesso con Internet ci sono ancora più possibilità. Il mondo digitale aiuta moltissimo le aziende in fase di startup. Non è nemmeno necessario un garage, basta un'idea forte e unica di prodotto e solo con una tastiera si può conquistare il mondo».

Ultima domanda: quanti piumini Moncler ha nel suo armadio personale e di che colore sono?

«Sette, sono abbastanza affezionato ai primi capi che ho fatto, ne ho 4 di lana inglese, per lo più grigio melange. Poi ho tre piumini in nylon, tutti blu».

Ancora in volata l'industria del fashion

Crescita in % del fatturato



Legenda: MEA (Medio Oriente e Africa); APAC emergenti (Cina e zona Asia Pacifico); APAC (Australia, Hong Kong, Giappone, Nuova Zelanda, Singapore, Corea del Sud, Taiwan); Europa emergenti (compreso Russia e Turchia); Europa (Albania, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Gibilterra, Grecia, Islanda, Irlanda, Italia, Liechtenstein, Lussemburgo, Malta, Monaco, Olanda, Norvegia, Portogallo, Spagna, Svezia, Svizzera Regno Unito).

I colossi

A livello globale il settore moda produce profitti per 25,8 miliardi di dollari, di cui il 97% è appannaggio di 20 colossi, tra cui Nike, Lvmh, Inditex, Hermes.

10 miliardi

Secondo uno studio di Confindustria e Prometeia le esportazioni verso i

mercati emergenti dei prodotti italiani del lusso ad alto valore aggiunto, possono passare dai 10 miliardi di euro del 2017 a 15/18 miliardi nel 2023. I primi 5 mercati emergenti per i prodotti moda, food e design italiani sono Cina, Russia, Emirati Arabi, Arabia Saudita e Messico.





Remo Ruffini
presidente
e amministratore
delegato di
Moncler

STRATEGIE DI SUCCESSO

Poste fa il tutto esaurito con la Postepay Evolution

Già raggiunto il traguardo dei 6 milioni carte emesse
E per fare tutto dal cellulare basta scaricare l'App

NUOVA PROPOSTA

Con l'offerta «Connect» la sim Postemobile si integra con la carta

OBIETTIVI

Il piano «Deliver 2022» punta allo sviluppo dei sistemi di pagamento

Andrea Farinacci

■ Qual è il tratto distintivo del cambiamento? La capacità di lasciare un segno, di marcare la differenza tra il «prima» e il «dopo» rispetto a un determinato evento. Il principio è valido anche nella vita quotidiana. Ci sono tante invenzioni che hanno modificato lo stile di vita: dagli elettrodomestici che hanno liberato il tempo dalle incombenze fino agli smartphone che hanno unificato telefoni, pc e lettori multimediali in un solo dispositivo. Il cambiamento ha attraversato anche i sistemi di pagamento come la carta Postepay Evolution che di recente ha tagliato il traguardo dei 6 milioni di unità emesse confermando la leadership del gruppo Poste Italiane sul mercato delle carte prepagate con oltre 19 milioni di Postepay vendute in totale.

Lanciata nel 2014, è la carta ricaricabile dotata di Iban che offre, unitamente alle funzionalità tradizionali di una prepagata, tutte le principali servizi di un conto corrente. Può essere gestita anche in mobilità grazie all'App Postepay per tutte le operazioni sia informative sia dispositive e per trasferire piccole somme di denaro, in tempo reale tramite il servizio «peer-to-peer» (p2p), all'interno della community Postepay che conta attualmente circa 13 milioni di persone e senza commissioni per i trasferimenti al di sotto dei 25 euro.

Si possono, infatti, effettuare pagamenti online in modo semplice, veloce e sicuro, anche in mobilità, autorizzandoli direttamente dall'App Postepay attraverso il codice personale PosteID o usando l'impronta digitale se il proprio terminale è abilitato. L'App Postepay è così diventata uno degli *e-wallet* più utilizzati dagli italiani: sono circa 8 milioni i download e sono oltre 2,5 milioni di clienti che già la utilizzano come portafoglio virtuale. In Italia una transazione tuata con una carta Postepay.

Analogamente a quanto avvenuto nella telefonia con gli smartphone, anche il gruppo Poste Italiane ha costituito un proprio «ecosistema digitale» puntando sulla forza del brand Postepay. Dallo scorso primo ottobre è operativa Postepay spa, la società nella quale sono confluite tutte le attività e le competenze in ambito pagamenti, mobile e digital. Una scelta che rientra nel processo di sviluppo digitale di Poste Italiane previsto dal piano d'impresa «Deliver 2022», presentato dall'ad Matteo Del Fante nel febbraio scorso. Insomma, il futuro dei pagamenti è già iniziato e ora si tratta di «disegnare» un nuovo percorso per cogliere le opportunità offerte dall'apertura del mercato. L'ecosistema di Postepay spa intende intercettare e guidare il cambiamento con la creazione di nuovi servizi integrati, nell'ambito dei pagamenti digitali e dell'e-com-

merce. Postepay spa, inoltre, gestisce oltre 4 milioni di sim Postemobile e oltre 16 milioni di utenti registrati al sito *poste.it* cui si aggiungono oltre 19 milioni di App scaricate. E proprio dalle applicazioni è partita l'attività di Postepay spa, in particolare dall'App Postepay, disponibile per i titolari di una Postepay. L'App consente di gestire in mobilità le proprie carte, controllare saldo e lista movimenti, pagare i bollettini semplicemente usando la fotocamera dello smartphone ed effettuare ricariche telefoniche. L'App, inoltre, si è recentemente arricchita dei nuovi «Servizi+» per la mobilità, che consentono di acquistare i biglietti per il trasporto pubblico urbano ed extraurbano, pagare sia la sosta sulle strisce blu di oltre 100 città ed effettuare rifornimento di carburante presso le stazioni IP Matic abilitate direttamente dallo smartphone, addebitando la spesa sulla carta.

Ecco perché il primo prodotto integrato a firma Postepay spa non poteva che essere un'App. Nello scorso novembre è stata lanciata «Postepay Connect», un'offerta che unisce i vantaggi della Postepay Evolution con quelli della sim Postemobile. Oltre alla carta e a un piano telefonico dedicato, «Postepay Connect» offre la possibilità di gestire servizi di pagamento e di telefonia in modo rapido all'interno dell'App Postepay, e di disporre anche dell'esclusiva funzio-



nalità di trasferimento dei propri Giga da una sim Postemobile Connect a un'altra sim Postemobile Connect (G2G). Direttamente dall'App è possibile inoltre acquistare Giga Extra e rinnovare il canone della carta Postepay Evolution e della sim, addebitandone il costo sulla Postepay Evolution con opzione Connect.

I numeri

13

Sono i milioni di persone che fanno parte della community di Postepay, un successo di Poste Italiane con oltre 19 milioni di carte vendute. Le Postepay sono usate in una transazione e-commerce su 4

+66,7%

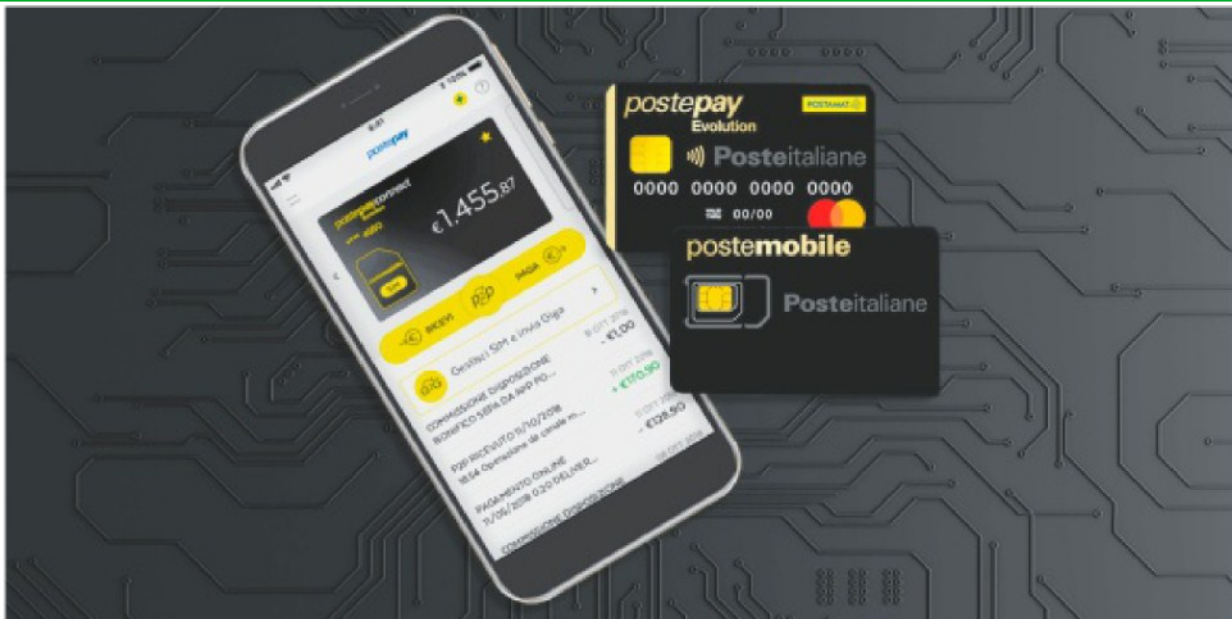
Nei primi nove mesi del 2018 gli e-wallet digitali di Postepay hanno raggiunto quota 2,5 milioni di utenti, con una crescita del 66,7% rispetto agli 1,5 milioni dello stesso periodo dell'anno scorso

25

È la soglia in euro entro la quale non è previsto il pagamento di alcuna commissione per il trasferimento di denaro «peer-to-peer» tra due titolari di una carta Postepay



«Postepay Connect» è la soluzione digitale integrata lanciata da PostePay spa. L'idea è coniugare i vantaggi della carta Postepay Evolution con quelli di una sim Postemobile con un piano telefonico dedicato. «Postepay Connect» consente di gestire servizi di pagamento e di telefonia con un'unica App



TENDENZE

Pagamenti digitali già oltre quota 46 miliardi E ci sarà un altro +18%

Manfredi Villani

■ Il mercato dei pagamenti digitali ha registrato una crescita impetuosa grazie all'introduzione di nuove tecnologie in grado di creare «convergenza» tra strumenti diversi e un unico device. Le soluzioni più avanzate come il *mobile payment* e il *contactless payment* superano i 46 miliardi di euro in pagamenti, il 21% del totale dei pagamenti digitali con carta, secondo l'Osservatorio Mobile Payment & Commerce della School of Management del Politecnico di Milano. Un'analisi di ReportLinker prevede, inoltre, che il mercato dei pagamenti digitali crescerà ad un tasso medio annuo di crescita del 18% tra il 2018-23, con un giro d'affari che dovrebbe raggiungere gli 87 miliardi di dollari entro il 2023.

All'interno di questo scenario una particolare rilevanza ha assunto il fenomeno degli *e-wallet*: nel 2016 i cosiddetti «portafogli elettronici», spiega il *World Payments Report* di Capgemini, rappresentavano l'8,6% delle transazioni non in contanti (un volume di 41,8 miliardi), il 71% dei quali è stato favorito dalle BigTech (Google, Apple, Amazon, Samsung), il cui core business non è quello di offrire servizi finanziari ma che hanno intuito che questa proposta può migliorare la cosiddetta *customer experience*, cioè il livello di soddisfazione che, se elevato, può spingere verso l'acquisto di altri servizi.

stomer *experience*, cioè il livello di soddisfazione che, se elevato, può spingere verso l'acquisto di altri servizi.

Ecco perché, sottolinea la ricerca, il 40% circa dei dirigenti del comparto finanziario ritiene ormai necessaria la creazione di un ecosistema digitale al fine di preservare la leadership degli operatori tradizionali. Tutta «colpa» della Psd2, la direttiva europea sui servizi di pagamento in vigore dallo scorso gennaio, che mette il cliente al centro e introduce il modello dell'Open Banking, un nuovo «mondo» nel quale i rapporti di forza sono rovesciati e vince proprio chi ottiene la migliore *customer experience*, un terreno sul quale giganti come Facebook, Apple e Google giocano in casa.

Lo scenario deve anche tenere conto delle giovani generazioni: un'indagine sui Millennials di Tns ha evidenziato che i ragazzi sono molto più propensi a utilizzare servizi finanziari o sistemi di pagamento digitale da brand che conoscono e di cui si fidano. Il perché sta ancora una volta nella customer experience: i giovani si legano molto più facilmente a brand nei quali si riconoscono dove il binomio innovazione tecnologica e semplicità d'uso fanno la differenza. Insomma, avere un «nome» che sia garanzia di qualità e proporre soluzioni semplici è la carta vincente.



CONTAMINAZIONI

NON SOLO BITCOIN

Criptoutenti passivi
ma il mercato matura

La bolla delle criptovalute ha attratto nuovi utenti per tutto il periodo dell'euforia. A oggi sono oltre 139 milioni i conti in monete digitali, di cui almeno 35 milioni identificati, quadruplicati nel corso del 2017 e di nuovo raddoppiati nei primi nove mesi di quest'anno. Ma solo il 38% di questa massa di conti può essere considerata effettivamente attiva, anche se è difficile mettersi d'accordo su come determinare i livelli di attività. Pur se caratterizzato da un processo di crescente maturazione, rimane ancora un mondo dai contorni piuttosto sfumati quello delle criptovalute, così come analizzato dal Cambridge Centre for Alternative Finance nel suo secondo report dedicato ai *cryptoasset* globali. Il quale, al di là dei numeri, sottolinea come i protagonisti del settore stiano adottando proattivamente misure per adeguarsi alla regolamentazione attuale, anche se non sempre legalmente vincolati alla compliance. L'evoluzione di iniziative di questo genere va ad alimentare la maturazione del mercato, cui contribuiscono in maniera determinante anche lo sviluppo di servizi professionali più sofisticati, generalmente diretti a offrire soluzioni integrati e multicoïn. Aumenta anche l'utilizzo di energia rinnovabile per il mining, stimato come equivalente al consumo di un paese come il Belgio.

—P.Sol.



Energivoro. Il bitcoin consuma l'energia di un paese come il Belgio



Farmaceutica

Glaxo con Pfizer per produrre i farmaci da banco e sfidare l'online

In portafoglio classici come Voltaren e Sensodyne
Sulla stessa linea altre case che vendono
le loro divisioni per concentrarsi sulla ricerca

ETTORE LIVINI, MILANO

La sfida di Amazon costringe Big Pharma a cambiare di nuovo pelle, puntando con decisione sulla ricerca e sui nuovi farmaci e separando il business ad alto valore aggiunto dai prodotti di largo consumo come dentifrici, creme solari e medicinali generici su cui ormai è scaduto il brevetto. GlaxoSmithkline (Gsk) e Pfizer hanno deciso ieri di fondere le loro attività nei prodotti a minor valore aggiunto in una azienda unica che diventerà leader mondiale in questo mercato con un giro d'affari attorno agli 11 miliardi di euro. Gsk avrà il 68% e Pfizer il 32% della nuova società, che si ritroverà in portafoglio "classici" degli scaffali come il dentifricio Sensodyne e il Voltaren o analgesici come Advil e Panadol.

L'operazione mette pressione a molti dei concorrenti, alle prese anche loro con lo stesso problema. Novartis l'ha già risolto qualche mese fa, cedendo proprio a Glaxo i farmaci da banco

per concentrarsi sulla ricerca di nuove molecole. La tedesca Merck li ha venduti per 4,2 miliardi a Procter & Gamble, a testimonianza di come questo business sia ormai più pane per i denti di super-esperti di consumi che di scienziati e aspiranti Nobel per la medicina. Un altro pezzo del business nel settore del Merck, tra cui il brand Copertone, era stato rilevato nel 2014 dalla Bayer. Risultato: Merck, grazie al focus sul core-business, ha aggiunto 10 miliardi di ricavi, mentre il colosso di Leverkusen da tre anni registra vendite in calo sul fronte dei prodotti da banco. Un mondo ad altissimo tasso di competizione che si prepara ora a fare i conti con lo sbarco in forze nel business della salute di Amazon e Walmart.

Le nozze Gsk-Pfizer permettono a entrambi i gruppi di concentrarsi sul core business della farmaceutica affidando alla nuova divisione - forte di una massa critica decisamente competitiva - il

compito di combattere nell'arena del grande consumo. Una scelta apprezzata anche dal mercato che ieri ha spedito in rialzo del 3,78 per cento le azioni del colosso britannico alla City. La Borsa è pronta a scommettere che il risiko di Big Pharma sia però solo all'inizio. Sul fronte dei venditori, per dire, è attivissima proprio la Bayer che dopo le laboriose nozze con Monsanto ha deciso di mettere sul mercato alcuni dei suoi marchi più prestigiosi tra cui Coppertone (che evidentemente ha dato meno soddisfazioni del previsto) e la linea Dr. Scholl.

La metamorfosi non pare nemmeno destinata a fermarsi al divorzio tra ricerca farmaceutica e prodotti generici. Molti colossi del settore (lo ha fatto ad esempio di recente Eli Lilly) hanno iniziato persino a separare le attività nella veterinaria e quelle dei medicinali per animali dal core business ad altissimo valore aggiunto

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL CONTROLLO

68%

Glaxo avrà la maggioranza della nuova società con Pfizer, che sarà quotata in Borsa

IL PARTNER

32%

Pfizer avrà circa un terzo della nuova società che commercializzerà i farmaci da banco





AP PHOTO/SANG TAN

Crescita in Borsa

I mercati promuovono l'operazione. Alla Borsa di Londra GlaxoSmithkline fa più 3,78%

Softbank debutta con un crollo

IPO

Flop iniziale per il maggior collocamento della storia in Giappone: -14,5%

Stefano Carrer

La «signora Watanabe» - mitica quanto prudente simbolo della gestione delle finanze familiari in Giappone - deve essersi pentita di aver cercato nel mercato azionario l'alternativa ai tassi zero o quasi dell'investimento obbligazionario, cedendo alle lusinghe dei primi spot televisivi andati in onda per una Ipo: il secondo maxicollocamento iniziale della storia - il più grande in Giappone, finito per circa l'80% al retail - ha debuttato con il secondo maggiore flop di sempre nel Sol levante, il che potrebbe incidere sull'andamento delle prossime Ipo e più in generale raffreddare la non eccelsa propensione dei risparmiatori verso la Borsa (su cui parecchi giapponesi si affacciavano per la prima volta). Il titolo della divisione di telefonia mobile di Softbank ha ceduto, nel primo giorno di contrattazioni, il 14,5%, spazzando via circa 9 miliardi di dollari dalla capitalizzazione virtuale della società insita nel prezzo di collocamento di 1.500 yen.

Se i risparmiatori erano stati attirati dalla promessa di un dividend yield intorno al 5%, analisti e investitori istituzionali erano stati ben più guardinghi, sottolineando alcuni fattori negativi che gravavano su un'Ipo da 23,6 miliardi di dollari, di

poco inferiore a quella record di Alibaba del 2014: prezzo alto (a 8,2 volte l'Ebitda), momento difficile per la Borsa ed in particolare per il settore tecnologico, guerra dei prezzi e maggiore concorrenza all'orizzonte nella telefonia mobile giapponese, effetti negativi dalla necessità "politica" di sostituire il fornitore cinese Huawei e dalla clamorosa interruzione tecnica temporanea del servizio del 6 dicembre scorso.

Un analista di Sanford C. Bernstein, Chris Lane, ha parlato addirittura di «alchimia» - nel senso di trasformazione di piombo in oro - per il successo del gruppo Softbank nella vendita di 1,76 milioni di titoli a quel prezzo sullo sfondo di tante circostanze sfavorevoli. Altri osservatori avevano avvertito che alcuni investitori istituzionali avrebbero scommesso al ribasso sul titolo, cosa evidentemente avvenuta.

Il vulcanico patron di Softbank, Masayoshi Son, per il momento può comunque ritenersi soddisfatto, essendo riuscito a incamerare ingenti mezzi freschi da utilizzare sia per la riduzione del debito sia per completare la trasformazione del gruppo in un colosso degli investimenti globali nel settore hi-tech. Le sue spericolate scommesse multimiliardarie, peraltro, cominciano a incontrare ostacoli: secondo indiscrezioni, partner arabi del suo Vision Fund stanno facendo resistenza al programmato ulteriore investimento da 16 miliardi di dollari in WeWork. In compenso, negli Usa la fusione della sua Sprint con T-Mobile appare più vicina dopo l'ok di alcune autorità di controllo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ECONOMIA DIGITALE**Dalla web tax 600 milioni a regime**

alle pagine 5 e 6

Arriva la web tax: 150 milioni nel 2019, poi cresce a 600

Il maxiemendamento. Il taglio di investimenti da 2,2 miliardi arriva per 800 milioni dal Fondo sviluppo coesione, per 850 dal cofinanziamento ai fondi Ue, per 600 da rimodulazioni Fs

Marco Mobili**Marco Rogari**

ROMA

Una web tax a tre "vie" sotto forma di prelievo del 3% sulle imprese con ricavi complessivi non inferiori a 750 milioni e ricavi derivanti da servizi digitali superiori a 5,5 milioni. Che garantisce un gettito di 150 milioni nel 2019 e di 600 milioni l'anno nel biennio successivo. Una parziale marcia indietro sugli investimenti, a partire dallo svuotamento del Fondo ad hoc per 700 milioni e del Fondo per lo sviluppo e la coesione territoriale per 800 milioni nel 2019 poi rimodulato per gli anni successivi. Una riprogrammazione dei trasferimenti alle Fs ridotti di 600 milioni il prossimo anno e poi aumentati nel triennio 2022-2024. Una nuova stretta sui giochi da 450 milioni l'anno e una nuova fase di spending review facendo leva, oltre che su spostamenti di dotazioni da un all'altro, anche su tagli di fatto lineari, come quello da 75 milioni nel 2019 e 25 milioni nel 2020 operato sul budget del ministero dell'Economia per definanziare le risorse del Fondo per favorire lo sviluppo del capitale immateriale, la competitività e la produttività.

È a tutto campo il restyling della manovra comunicato ieri al Senato dal premier Giuseppe Conte e materializzatosi solo in serata in commissione Bilancio, dopo un prolungato stand by, sotto forma di "mini-maxi emendamento" con la variazione dei saldi del disegno di legge di bilancio, al quale, ha assicurato l'esecutivo, nelle ore successive se ne sarebbero aggiunti altri con le singole misure: dai nuovi ritocchi fi-

scali, come la riduzione della platea della mini-Ires con lo stop dell'agevolazione per la Chiesa, a quelli sulle pensioni, a cominciare dal ridimensionamento del Fondo per quota 100 che si riduce non di 2 ma di 2,7 miliardi fermandosi a quota 4 miliardi nel 2019, dal contributo di solidarietà sulle pensioni d'oro (partendo da una soglia di 100mila euro lordi annui) e dal raffreddamento dell'indicizzazione sugli assegni (253 milioni nel 2019, 745 nel 2020 e 1,2 miliardi nel 2021), fino al ritorno alle clausole Iva in formato "pieno" per il 2020 e 2021 rinunciando alla parziale sterilizzazione e confermando solo lo stop integrale per il prossimo anno.

Il ritardo accumulato dal Governo nella presentazione degli emendamenti sulla variazione dei saldi, frutto dell'accordo con Bruxelles, ha di fatto bloccato i lavori in commissione Bilancio. Con tutta probabilità il testo approderà in Aula tra questa sera e domani mattina senza mandato ai relatori. I "mini-maxi correttivi" dell'esecutivo saranno accorpati nel tradizionale maxi-emendamento da approvare con la "fiducia" su cui convogliare i ritocchi dei relatori depositati e un pacchetto ristretto degli emendamenti segnalati dai gruppi parlamentare della maggioranza e anche dell'opposizione su cui votare in giornata oppure raggiungere un accordo all'interno della stessa commissione. Il Governo dovrà anche mettere nero su bianco la revisione delle previsioni macro-economiche per il prossimo anno rispetto al quadro tratteggiato con l'ultima Nota di variazione al Def. Il via libera di Palazzo Madama dovrebbe arrivare

entro sabato. Il testo tornerà poi alla Camera per ottenere l'ok definitivo probabilmente entro lunedì.

La web tax confezionata dal Governo si sviluppa su tre "vie": pubblicità mirata agli utenti della rete on line; fornitura di servizi venduti su piattaforme digitali (la definizione di marketplace è così ampia che verrebbero ricompresi anche i nuovi operatori della ristorazione come Deliveroo o Justeat o ancora le piattaforme che offrono alloggio come Airbnb, Booking, così come il marketplace di Facebook dove si vendono a basso costo beni usati e nuovi); trasmissione di dati raccolti da utenti e generati dall'utilizzo sempre di un'interfaccia digitale. Per diventare pienamente operativa la digital tax dovrà comunque attendere le regole attuative dei ministeri dell'Economia e dello Sviluppo economico, delle Authority per le comunicazioni e per la Privacy nonché dell'Agenzia dell'Italia digitale da emanare entro 4 mesi dall'entrata in vigore della legge di bilancio.

Il restyling della manovra è caratterizzato da una frenata sul fronte delle risorse per investimenti, in parte compensata dalla flessibilità ottenuta dalla Ue (lo scorporo dal deficit di 0,2 punti di Pil) per interventi di messa in sicu-



rezza di infrastrutture e contro il dissesto idrogeologico. Arriva poi la stretta sul gioco e in particolare su new slot (Awp) e Videolottery (Vlt) e su quello on line. Tra i correttivi del Governo ci sarebbe un ulteriore incremento del Prelievo erariale unico (Preu) tale da assicurare all'Erario ulteriori 350 milioni. In sostanza intervenendo sul testo della manovra licenziato dalla Camera che già prevedeva un aumento dello 0,50% a decorrere dal nuovo anno, il Governo chiederebbe un ulteriore 0,70% portando così il Preu a 1,25%. Complessivamente con la sola manovra il mercato delle slot è chiamato a versare 600 milioni che si vanno ad aggiungere ai 400 milioni del decreto di luglio. Un miliardo in un anno solo sulle macchinette. Contestualmente all'aumento del Preu viene diminuita la possibilità di vincita. Il cosiddetto payout verrebbe ridotto al 69% (un punto in meno) per le Slot e all'84,5% (0,5 in meno) per le videolottery.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tutti i tagli per il 2019

Dati in milioni di euro

Effetti emendamenti DLB esame Camera	33
Fondo reddito di cittadinanza	1.900
Fondo interventi pensionistici (Q100)	2.732
Raffreddamento indicizzazione pensioni	253
Contributo pensioni di importo più elevato	76
Riduzione fondo investimenti (utilizzo Fondi Ue per dissesto)	700
Dismissioni immobiliari	950
Iva	-
Web tax	150
Abrogazione credito imposta Irap	113
Azzeramento credito imposta per beni strumentali nuovi	204
Agevolazione Ires enti non commerciali	118
Incremento tassazione giochi	450
Rinvio presa di servizio pubblico impiego	100
Gettito fiscale e contributivo personale centri per l'impiego	150
Riduzione stranziamento capitale immateriale	75
Riprogrammazione cassa Fondo Sviluppo Coesione	800
Riprogrammazione fondi Fs	600
Rimodulazione Fondi cofinanziamento nazionale	850
Totale correzione saldi	10.254

Fonte: allegati alla lettera del Governo alla Commissione Ue

Per finanziare la manovra web tax e taglio sui treni

Via il grosso degli investimenti per ammodernare le ferrovie. Torna la tassa sulle transazioni online

3%

L'ultima ipotesi circolata sul valore della web tax, l'imposta sulle transazioni digitali

600

I milioni di euro in meno destinati alle Ferrovie nel 2019. Saliranno a 800 nei due anni successivi

L'ANALISI

di **Pasquale Napolitano**
Roma

COME FUNZIONERÀ

Il settore internet in fermento. Il governo promette: colpirà solo big

La resa del governo gialloverde alla commissione europea, per scongiurare la procedura di infrazione, contiene un conto salatissimo per gli italiani: nuove tasse, taglio dei fondi alle Ferrovie dello Stato e rimodulazione degli investimenti per le infrastrutture. È il prezzo che l'esecutivo paga per «salvare» (in parte) le due misure care a Lega e Cinque stelle: reddito di cittadinanza e quota 100 per le pensioni.

Il presidente del Consiglio Giuseppe Conte arriva in Senato per illustrare una manovra, tutta lacrime e sangue, decurtata di dieci miliardi rispetto al testo dato in pasto, inizialmente, ai sostenitori. La correzione, che ha avuto l'ok dei commissari europei, introduce nuove imposte per finanziare la spesa.

A cominciare dalla web tax; un misura che andrà a colpire le imprese che vendono servizi digitali. Una nuova tassa che l'Europa aveva già chiesto all'Italia un anno fa. Ora si dovrà attendere il maxiemenda-

mento per conoscere nel dettaglio la portata dell'imposta. Che graverà sui soggetti che nell'esercizio dell'attività di impresa vendono servizi digitali e che superino determinate soglie. Il limite per l'applicazione della nuova tassa non è stato specificato dal capo del governo nel corso dell'intervento a Palazzo Madama: «Si prevede l'istituzione di una imposta sui servizi digitali gravante sui soggetti che nell'esercizio di attività di impresa prestino servizi digitali e che superino determinate soglie di ricavi», ha detto il premier. Mentre il ministro dello Sviluppo economico, Luigi di Maio, assente in Aula durante l'intervento di Conte, ha provato a mettere una toppa: «Sarà una tassa per i big della rete e solo per loro». I ricavi della web tax finanzieranno il reddito di cittadinanza. Da chiarire anche i tempi. Difficile possa partire già dal primo gennaio. Più probabile un avvio da aprile, come auspicato dalle associazioni di categoria. In una vecchia versione è previsto che la misura sia applicata sulle «transazioni digitali relative a prestazioni di servizi effettuate tramite mezzi elettronici, rese nei confronti di soggetti residenti nel territorio dello Stato, nonché di stabili organizzazioni di soggetti non residenti situate nel medesimo territorio».

La tassa su cui sta lavorando il Mef colpirebbe principal-

mente colossi come Facebook e Google, e con una aliquota che - al momento - sarebbe del 3% sull'ammontare dei ricavi tassabili realizzati in ciascun trimestre. La nuova imposta entrerà in vigore dal sessantesimo giorno successivo alla pubblicazione della manovra in Gazzetta. Questo il contenuto dell'emendamento - ancora una prima bozza -, su cui il Governo sta apportando le ultime limature e che confluirà nel cosiddetto pacchetto Europa della manovra.

La mannaia impatterà pesantemente anche sulle Ferrovie dello Stato: la riduzione dei fondi destinati a Fs è la parte più corposa dei risparmi che ha consentito al governo di incassare l'ok della commissione europea. Il prossimo anno i progetti previsti dovranno fare a meno di 600 milioni, che saliranno a 800 dal 2020 al 2024.

Un intervento che in pratica blocca tutti i progetti di ammodernamento della rete ferroviaria. Taglio di 850 milioni anche per la quota nazionale per il finanziamento alle politiche comunitarie. Disco rosso nella nuova versione della manovra per le infrastrutture: i fondi saranno congelati. Il governo Conte strappa solo la deroga per il piano di ricostruzione del ponte Morandi a Genova. Ed infatti per il piano di interventi straordinari per la messa in sicurezza delle infrastrutture viarie e per la gestione dei



rischi connessi al dissesto idrogeologico Conte ha chiesto e ottenuto che sia applicata la flessibilità prevista dal patto di stabilità e crescita in misura corrispondente a quasi lo 0,2% del Pil.



NEMICI DEI CANTIERI

L'ingresso al cantiere della linea Tav Torino-Lione a Chiomonte. Per anni i 5 Stelle hanno promesso di fermare questa e altre grandi opere, cavalcando i movimenti di protesta. Una volta al governo, hanno avviato una valutazione costi-benefici che finora ha solo allungato i tempi

Web tax per Amazon ed eBay

Con la manovra introdotta un'imposta del 3% per le imprese che gestiscono piattaforme digitali con un fatturato globale di almeno 750 milioni di euro

La nuova web tax italiana guarda all'Europa e mira ad Amazon ed eBay. Imposta del 3% per le imprese che gestiscono piattaforme digitali attraverso cui vengono venduti beni e servizi, con fatturato globale pari ad almeno 750 milioni di euro di cui 5,5 milioni derivanti da servizi digitali. È la riedizione dell'imposta digitale, rispolverata dal Mineconomia e proposta a Bruxelles tra le misure di aggiustamento della manovra.

Bartelli-Stroppa a pag. 31

LEGGI DI BILANCIO/ Riepilogata la norma approvata nella precedente manovra

La web tax punta Amazon Imposta del 3% estesa anche ai giganti e-commerce

DI CRISTINA BARTELLI
E VALERIO STROPPA

La nuova web tax italiana guarda all'Europa e mira ad Amazon ed eBay. Imposta del 3% per le imprese che gestiscono piattaforme digitali attraverso cui vengono venduti beni e servizi, con fatturato globale pari ad almeno 750 milioni di euro di cui 5,5 milioni derivanti da servizi digitali. Il prelievo inciderà anche sulla vendita di pubblicità online e sulla cessione dei «big data» di contenuti generati dagli utenti dei siti. È questa la riedizione dell'imposta digitale, rispolverata dal cassetto del ministero dell'economia e proposta dal governo a Bruxelles tra le misure di aggiustamento della manovra di Bilancio. La novità è rappresentata dall'allargamento del perimetro di azione dell'imposta, che si allinea alla soluzione transitoria presentata dalla Commissione europea nel mese di marzo 2018. Già ad agosto Massimo Garavaglia, sottosegretario all'economia, aveva annunciato a *ItaliaOggi* che se Amazon avesse offerto dei servizi di consulenza avrebbe dovuto essere tassata in Italia, pur richiamando la necessità di muoversi a passo uguale e conforme a quello delle regole europee. L'ipotesi di ripresentare la web tax era spesso circolata nei mesi scorsi sia nei lavori del decreto fiscale sia in quelli della legge di bilan-

cio, per poi essere accantonata vista la complessità del tema e l'esistenza di tavoli di lavoro internazionali in sede Ue e Ocse. Ieri la nuova accelerazione, che supera dunque l'imposta sulle transazioni digitali introdotta dai commi 1011-1019 della legge n. 205/2017, formalmente in vigore dal prossimo 1° gennaio ma in realtà rimasta lettera morta in assenza del decreto ministeriale che avrebbe dovuto individuare entro il 30 aprile scorso quali prestazioni di servizi assoggettare al prelievo e quali no. La soluzione individuata dalla precedente manovra di bilancio avrebbe colpito le prestazioni «b2b» effettuate attraverso internet con modalità «essenzialmente automatizzate», al superamento di determinate soglie quantitative definite dalla legge. Aliquota pari al 3% del prezzo di vendita, al netto dell'Iva, per le aziende italiane ed estere che realizzano almeno 3 mila transazioni per anno solare verso clienti residenti. Il 21 marzo 2018 Bruxelles ha invece presentato la sua proposta di web tax. In realtà le soluzioni sono due, una «ottimale», ma lunga da realizzare, e una «imperfetta», ma immediata. La prima è basata su una riforma comune delle norme europee della base imponibile, volta a tassare gli utili nei territori in cui i profitti sono realizzati, anche nel caso in cui una società non abbia una presenza fisica. Non si tratta cioè di una modifica

alle imposte, bensì delle regole di determinazione del reddito in ogni paese, individuando una stabile organizzazione virtuale se in uno stato membro la società supera determinati parametri. La seconda ipotesi è rappresentata invece da un'imposta temporanea sui ricavi da attività digitali. Qui le somiglianze con la rediviva web tax italiana sono evidenti. Il prelievo colpirebbe infatti il fatturato (e non l'utile) generato dalla vendita di spazi pubblicitari online, dalla cessione di dati e dalla gestione di piattaforme di sharing economy. L'imposta Ue riguarderebbe solo le aziende con ricavi globali sopra i 750 milioni di euro e ricavi nell'Ue di almeno 50 milioni di euro. A livello mondiale il pallino resta invece nelle mani dell'Ocse, che già da tre anni è la lavoro sulla sua ipotesi di tassazione delle aziende digitali. Soddisfazione è stata espressa da IAB Italia - l'associazione che rappresenta, con oltre 170 aziende, il settore del digital advertising che nei giorni scorsi aveva richiesto un intervento sulla web tax sulla linea di quanto annunciato in Francia.



La battaglia dei negozi nell'era dell'e-commerce

Giulia Argenti

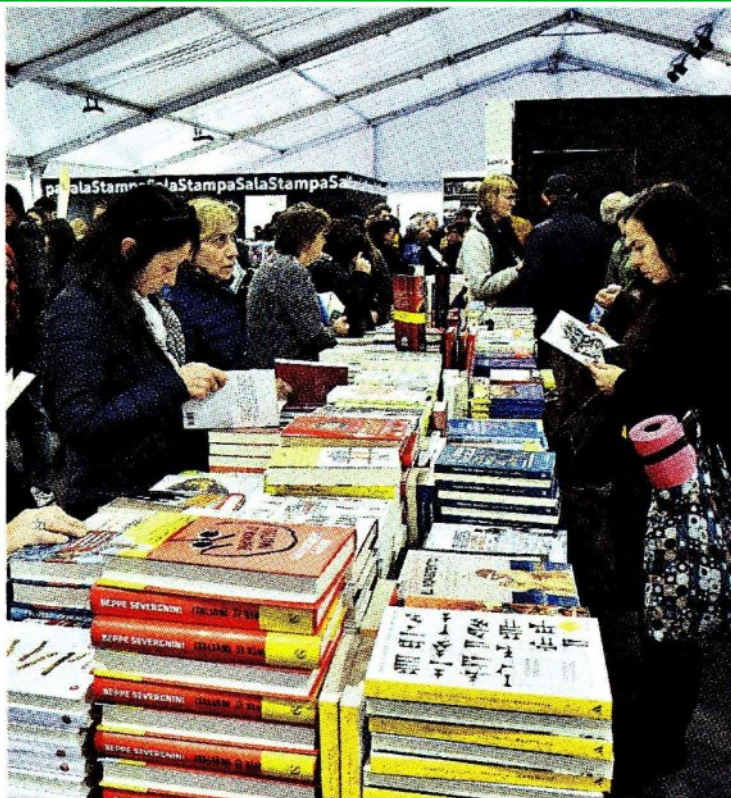
*Le vendite online s'impennano ma il commercio tradizionale resta stabile, con il boom di librerie e minimarket
Grave crisi delle botteghe alimentari*

La velocità dell'e-commerce e l'ampia scelta di prodotti stipati negli ipermercati mettono sotto pressione le vetrine tradizionali. Ma i commercianti lombardi resistono e trovano nuove strategie per sopravvivere nell'era degli acquisti 2.0. E i risultati si vedono: il commercio rappresenta da solo il 13,5 per cento del Pil della regione. «Stiamo combattendo per preservare la bellezza di fare compere passeggiando in città» spiega Simonpaolo Buongiardino, vicepresidente di Confcommercio Milano. A fronte di una crescita del 7 per cento dell'online, infatti, nel 2018 i negozi lombardi hanno registrato un calo dell'1,4 per cento rispetto all'anno precedente: 1.291 imprese in meno, su un totale di 90.410 esercizi. «Le perdite sono lievi e la tendenza resta comunque in linea con il 2017» precisa però Valeria Gerli, membro di giunta della Camera di commercio di Milano Monza Brianza e Lodi che ha elaborato i numeri. Una lettura confermata anche da Buongiardino: «In un momento di forte concorrenza, la stabilità è un dato inco-

raggiante, che dimostra la capacità di reagire dei lombardi». Diverse le tattiche adottate: «Molti esercizi hanno deciso di affiancare al negozio fisico anche un sito di e-commerce in cui vendere i loro prodotti – continua Buongiardino –. Da almeno dieci anni Confcommercio promuove questo tipo di interazione. A cui si aggiunge anche la promozione dei distretti del commercio, che in Lombardia sono 200 e coinvolgono circa 800 Comuni. Si tratta di realtà dinamiche in cui cittadini e imprese lavorano insieme per fare del settore degli acquisti il fattore di innovazione, integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio».

Chi fa meglio della media, però, è Milano, città che «rappresenta da sola circa il 40 per cento del commercio lombardo». Se l'online ha una crescita del 12 per cento, quasi il doppio di quella regionale, i negozi perdono solo lo 0,8 per cento. Sono 148 le attività in meno, su un totale di 18.988. «Milano beneficia ancora dell'onda lunga di Expo che continua a richiamare turisti nel capoluogo e in tutta la regione» dice il vicepresidente di Confcommercio.

E non si acquistano solo borse e vestiti, ma anche tanti libri: uno dei dati più interessanti, infatti, è la crescita delle librerie, che salgono dell'11 per cento a Milano e del 6 per cento a livello regionale. «Si tratta di numeri molto positivi – chiarisce Buongiardino –. Ma bisogna tenere conto anche del fatto che, in questi anni, queste attività si sono evolute, diversificando anche i prodotti venduti, che non sono più solo libri. E questo potrebbe aver avuto un ruolo nella crescita». Alla lettura, inoltre, i milanesi affiancano anche l'interesse per il verde: i negozi di fiori e piante nel 2018 sono saliti del 6 per cento. Il numero resta, invece, stabile in Lombardia. Situazione analoga per i minimarket, che a Milano aumentano del 7 per cento. I più in affanno, invece, sono ovunque i piccoli alimentari: gli esercizi di frutta e verdura scendono del 10,2 per cento a livello regionale e dell'8 per cento nel capoluogo. «A schiacciare le attività sono spesso anche gli affitti sempre più cari – chiarisce Buongiardino –. Aiutarle è importante per conservare l'insostituibile valore del capitale umano, vero fiore all'occhiello del commercio lombardo».



La cultura
Le librerie sono
a sorpresa tra
la tipologia
di negozi
in espansione

OutlookEconomia2019

L'INTERAZIONE UOMO-MACCHINA

TUTTO A PORTATA DI VOCE GRAZIE ALL'INTELLIGENZA

L'ASCESA DI QUESTI DISPOSITIVI PASSA
IN GRAN PARTE PER IL RAPPORTO DI FIDUCIA
CHE LE AZIENDE SVILUPPATRICI VOGLIONO
FAR INSTAURARE FRA I CLIENTI E I DEVICE

Da Amazon fino a Google, i nuovi assistenti vocali ci permettono di usufruire di vari servizi pronunciando una sola frase: così cambierà la nostra vita

Francesco Malfetano

Hanno nomi e voci femminili, stanno entrando nelle nostre case ed esaudiscono ogni nostra richiesta. Sono gli assistenti vocali e promettono di migliorarci la vita inviando messaggi, ordinando la spesa, leggendo le notizie e controllando l'agenda al nostro posto. Nonostante una parte dell'immaginario collettivo li dipinga ancora come oggetti iperfuturistici e non indispensabili, nel 2018 si sono affermati come uno dei maggiori trend tecnologici. I vari Siri, Alexa, Google e Cortana hanno riscosso un incredibile successo, non tanto nelle versioni installate sui nostri smartphone quanto in quelle presenti in dispositivi ad hoc. Gli smart speaker come Echo Dot di Amazon o Google Home Mini sono device poco ingombranti e di design che

stanno consentendo al mondo dell'Intelligenza Artificiale (IA) di ritagliarsi un ruolo nella nostra quotidianità. Sebbene le varie tipologie di assistenti siano presenti sul mercato già da qualche anno, solamente in quello che sta per chiudersi è arrivata la consacrazione del fenomeno. Non solo perché vi hanno investito un numero sempre maggiore di aziende - oltre ad Amazon, Google, Microsoft ed Apple, alla corsa si sono aggiunte anche Samsung, Huawei, Xiaomi e tanti altri nomi noti dell'hi-tech - ma soprattutto perché è cresciuto l'interesse del pubblico. Questa tecnologia infatti è finalmente considerata abbastanza matura per essere alla portata di tutti e soprattutto è stata resa disponibile e affidabile in più lingue.

Si stima che nel 2018 gli smart speaker abbiano raggiunto la quota di 100 milioni di dispositivi installati, più del doppio rispetto all'anno precedente. Inoltre secondo le previsioni di Deloitte il mercato continuerà a crescere raggiungendo 259 milioni di unità entro il 2019. Anche in Italia il recente arrivo della versione aggiornata di Alexa, l'intelligenza artificiale in cloud di Amazon interamente sviluppata nel nostro Paese, è partita una piccola guerra commerciale tra i diversi attori in campo che abbiamo potuto seguire sulle homepage dei principali siti di vendite online durante il Black Friday. Ma la corsa al ribasso dei prezzi degli assistenti domestici è soltanto la prima avvisaglia che l'IA si sta prendendo anche gli italiani e soprattutto i loro dati.

I DATI PERSONALI

D'altronde si stima che presto ogni oggetto, persino il nostro abbigliamento, sarà connesso e che in dieci anni vi saranno 150 miliardi di sensori collegati tra loro, venti volte di più della popolazione mondiale. Ogni cosa sarà "smart": «Non solo i telefoni ma anche



auto, case e città. L'internet degli oggetti e l'analisi dei big data convergeranno con l'intelligenza artificiale e i sistemi biometrici - ha raccontato in una recente intervista chi la privacy degli italiani deve tutelarla, e cioè Antonello Soro, Garante per la protezione dei dati personali - vivremo in un pianeta "intelligente". Tutto ciò favorirà certamente un netto miglioramento della qualità della vita, liberandoci del peso di molte incombenze quotidiane e dischiudendo possibilità prima precluse». Un'ascesa che passa in gran parte per il rapporto di fiducia che le aziende sviluppatrici stanno dimostrando di poter far instaurare tra un cliente e un assistente vocale. La voce di queste IA sta diventando uno strumento di persuasione che grazie a vocalità sempre meno meccaniche e più realistiche, non intimidisce chi non è abituato ad utilizzare tablet e smartphone, aprendo una nuova fetta di mercato: gli anziani e i non nativi digitali. Eppure uno dei pericoli maggiori risiede proprio nell'utilizzo di modelli vocali. «Questi sistemi, pur utilizzando risposte preconfezionate, sono in grado di far sviluppare una conversazione come se fossero in grado di capire realmente l'interlocutore». A spiegarlo è Paolo Gallina, professore di Meccanica applicata alle macchine presso l'Università di Trieste e autore del saggio *L'anima delle macchine* (Ed. Dedalo): «L'impatto psicologico è molto sottovalutato eppure stiamo parlando di dispositivi capaci di entrare nella sfera della familiarità - continua Gallina - attraverso l'utilizzo costante diventeranno sempre più abili nel cogliere gli stati d'animo e di adattarsi. In questo modo possono veicolare messaggi molto più potenti e mirati rispetto a una pubblicità su una vetrina o a un

volantino qualsiasi». Non è un caso se è già da ora è possibile autorizzare acquisti attraverso questi device, seppur con tutte le "piccole seccature" che possono derivarne. Al momento infatti può capitare che confondano modelli vocali simili: ad esempio qualche mese fa in Texas, Alexa ha fatto consegnare a casa di un'ignara signora 12 bambole ordinate dalla figlia di 5 anni perché aveva scambiato il timbro della piccola con quello della madre. Tuttavia, nonostante per il momento si tratti di una pratica ancora poco diffusa, i dati parlano chiaro: da qui ai prossimi tre anni, quattro consumatori su 10 utilizzeranno gli assistenti vocali al posto di app mobile e siti online.

IL RAPPORTO CAPGEMINI

Non solo, secondo un rapporto del Capgemini Research Institute quasi un terzo (31%) delle persone interagirà con un assistente vocale invece di recarsi in un negozio fisico o presso una filiale bancaria, rispetto al 20% registrato oggi. Attualmente, chi utilizza gli assistenti vocali investe il 3% della propria spesa totale tramite assistenti vocali, ma si stima che questa percentuale crescerà fino a raggiungere il 18% nei prossimi tre anni. Un piccolo terremoto tecnologico che, associato a quello più ampio dell'Intelligenza Artificiale, potrebbe essere addirittura risollevarle le sorti dell'economia globale. Secondo una ricerca pubblicata da Accenture infatti, l'IA ha il potenziale di raddoppiare i tassi di crescita del PIL di 12 paesi entro il 2035. Tra le economie che ne guadagneranno di più proprio l'Italia, il cui tasso di produttività lavorativa aumenterà di circa il 12%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Smart speaker

Si stima che quest'anno il mercato degli altoparlanti intelligenti abbia raggiunto quota 100 milioni di dispositivi installati, più del doppio rispetto al 2017. E secondo le previsioni di Deloitte, il mercato continuerà a crescere raggiungendo 259 milioni di unità entro il 2019.

I numeri

100 milioni

È il numero di dispositivi vocali installati dagli utenti nel 2108, raddoppiando rispetto all'anno prima

31

È la percentuale di persone che interagirà con un assistente vocale invece che recarsi in un negozio fisico

51

La percentuale di quanti usano un assistente vocale in auto

39

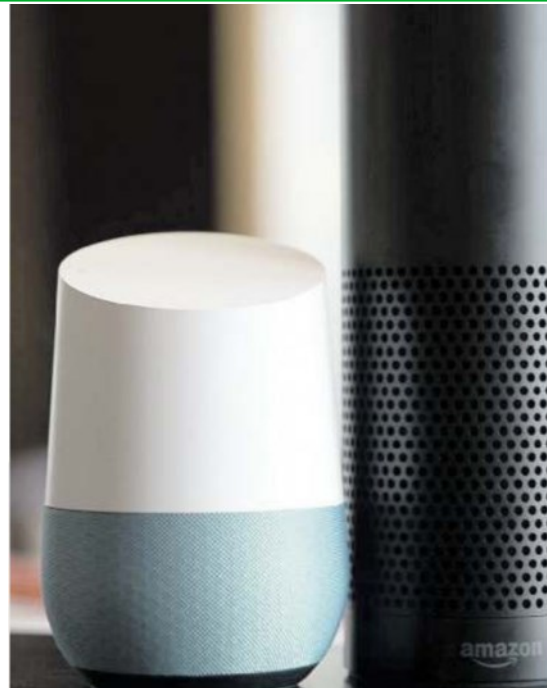
La percentuale di quanti lo usano le mura domestiche

6

La percentuale di chi ne fa un uso in pubblico o all'aperto

3

La percentuale di chi lo usa sul luogo di lavoro



L'altoparlante da salotto Google Home a confronto con il suo concorrente Amazon Echo

A destra, lo speaker Amazon Echo, dotato dell'assistente virtuale Alexa. Nel tondo un esempio di Siri, assistente vocale sviluppato da Apple e introdotto nei suoi dispositivi portatili



Nella foto il fondatore di Amazon, Jeff Bezos

OutlookEconomia2019

LA RIVOLUZIONE DIGITALE

L'ANNO IN CUI GLI OGGETTI HANNO INIZIATO A IMPARARE

IL REGOLAMENTO SULLA PROTEZIONE DEI DATI ENTRATO IN VIGORE DA POCHE SETTIMANE È MOLTO STRINGENTE, E COSTRINGERÀ LE AZIENDE AD ATTUARE CONTROMISURE CONTRO LA PROBABILE INVADENZA DELLE "SPIE" DIGITALI

Nel 2020 saranno connessi alla rete circa 50 miliardi di utensili smart. E saranno capaci di apprendere da soli facilitando la vita di tutti. Ma con gravi rischi sul fronte privacy

Rosario Cerra*

Il futuro accelera. In "un minuto digitale" si realizzano una quantità di connessioni a livello mondiale impensabili solo pochi anni fa. Nel 2019 le parole d'ordine saranno due: iperconnessione e intelligenza artificiale. Per quanto

riguarda la prima inizieremo a mettere in connessione più dispositivi grazie alle nuove tecnologie in arrivo, in particolare vedremo il lancio del 5G che, con le sue sorprendenti prestazioni (da un minimo di 20 volte a un massimo teorico di 100 volte più performante dell'attuale 4G), sarà un vero spartiacque nel modo di intendere i collegamenti, di produrre, di vivere e lavorare. Il 5G permetterà la connessione di un milione di dispositivi per chilometro quadrato e grazie a un tempo di latenza (di risposta), ridotto quasi allo zero e a una velocità paragonabile a una reazione umana, si svilupperanno innumerevoli applicazioni.

L'INTERAZIONE GLOBALE

In particolare, si svilupperà definitivamente l'Internet of Things (Internet delle cose - ovvero l'estensione della rete Internet al mondo degli oggetti), consentendo un'interazione globale che include potenzialmente tutti gli oggetti con cui abbiamo a che fare. Già nel 2014 l'umanità aveva prodotto più transistor che chicchi di riso e con il 5G gli analisti prevedono che entro il 2020 saranno connessi alla rete Internet circa 50 miliardi di oggetti smart: questi saranno sempre più utilizzati in casa, in ufficio, in azienda, per le strade, sulle auto, negli ospedali, nelle amministrazioni pubbliche, in impianti industriali e in moltissimi altri luoghi. Si tratta di oggetti intelligenti dotati di sensori, utilizzati per operazioni di monitoraggio e controllo a distanza, capaci di inviare segnali d'allarme e di dialogare tra lo-



ro. Ed è qui che subentra la nostra seconda parola d'ordine poiché questi oggetti intelligenti potranno inoltre prendere decisioni in autonomia grazie alle soluzioni di Intelligenza Artificiale.

TECNOLOGIE AVANZATE

Anche l'Intelligenza Artificiale utilizza nuove tecnologie e prodotti, tra cui il machine learning (apprendimento automatico); la realtà virtuale e aumentata; la robotica; l'imaging e la computer vision; i chatbots (software progettato per simulare una conversazione con un essere umano); la traduzione e il natural language processing; i veicoli autonomi e i droni. Ognuno di essi contribuisce alla capacità di costruire un modello nuovo di conoscenza da parte dell'Intelligenza Artificiale che è, in ultima analisi, il risultato di un processo di apprendimento, attraverso l'analisi di un'enorme mole di dati e di una sempre più efficace serie di tentativi. L'evidenza dell'importanza della mole dei dati e, conseguentemente, della loro tutela e della nostra privacy sarà la grande partita a cui tutti, consapevolmente o meno, parteciperemo. Il regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) entrato in vigore lo scorso mese di maggio detta regole molto strette e costringerà le aziende a trovare delle contromisure alle "tentazioni" interne e all'invasione delle "spie digitali" esterne. Dovranno creare ecosistemi di informazioni incentrati sulla privacy, puntando sulla sicurezza dei loro clienti.

LA BLOCKCHAIN

Ma per arrivare a risultati significativi su questo fronte, probabilmente, bisognerà attendere oltre il 2019. Un capitolo a parte lo richiede la blockchain (blocchi di dati a catena), una tecnologia di cui molto si parla e che consente una struttura dati condivisa, sequenziale e immutabile (di fatto una notarizzazione). Ad oggi è ancora troppo complicata per i non addetti ai lavori e non c'è un modo standard per usarla. L'unica soluzione per ottenere un utilizzo di massa sarà quella di creare, nel corso

del 2019, una versione plug-and-play che tutti noi potremo usare e capire.

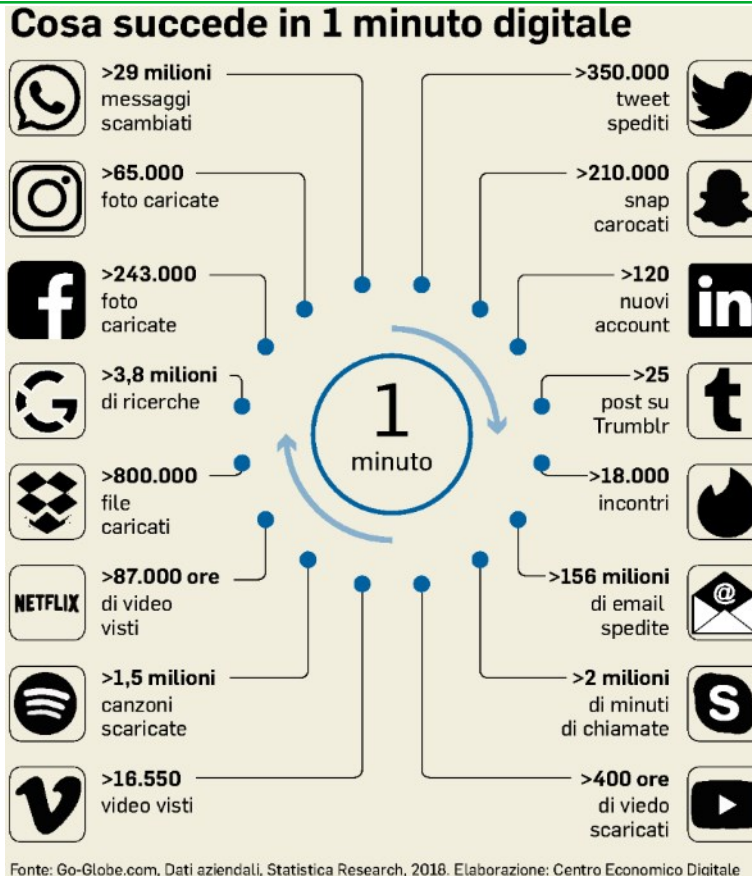
Nel quotidiano, poi, le abitudini di consumo degli italiani stanno cambiando e i Millennials (giovani tra i 18 ed i 35 anni) traineranno il segmento degli acquisti online, grazie a un modello di shopping che si presenta sempre più smart, agile e sicuro. Ma la tecnologia impatta su tutti e nel 2019 i pagamenti elettronici diventeranno ancora più semplici e sicuri grazie alla diffusione di dispositivi mobili dotati di sensori biometrici.

IL RICONOSCIMENTO FACCIALE

Infatti, il prossimo anno la quasi totalità dei nuovi smartphone venduti sarà dotata di lettore di impronte digitali o funzione per il riconoscimento facciale che permettono di autenticare l'accesso alle App senza dover usare password e Pin che spesso vengono dimenticati o confusi. La stessa tecnologia viene già usata anche per gli acquisti nei negozi: è sufficiente caricare la propria carta in applicazioni come Apple, Google e Samsung Pay per poter usare il proprio smartphone per pagare in modalità contactless senza dover digitare il Pin. Disponibile oramai in quasi tutti i punti vendita, il 2019 vedrà i pagamenti "senza contatto" superare in Europa il 50% delle operazioni con carta di credito, e l'Italia per una volta sarà in linea con la media Europea.

L'auspicio per il 2019 è che in Italia e in Europa - in rilevante ritardo rispetto a Stati Uniti e Cina - lentamente, ma inesorabilmente, ci si renda conto che il digitale non è un tema tecnologico, di business o di comunicazione, e nemmeno un punto in un'agenda politica, ma un'agenda politica a sé stante che riguarda il nostro "nuovo modello di vita digitale" con il quale confrontarsi e dal quale trarre soprattutto vantaggio: è un errore, infatti, parlare del «Digitale» mettendolo sullo stesso piano delle altre sfide. Perché risolvendo la sfida del digitale riusciremmo a semplificare tutte le altre sfide quali, ad esempio, la complessità burocratica dello Stato, la lentezza del sistema giudiziario e le diseguaglianze economiche.

**Presidente Centro Economia Digitale*



Prime 20 aziende internet per capitalizzazione al mondo

L'Europa è la grande assente, sono presenti solo compagnie americane e cinesi

Paese	Compagnia	Valutazione in miliardi di US\$	Paese
USA 12 Compagnie (tra cui le prime 5 per capitalizzazione)	1 Apple	915	USA
	2 Amazon	828	USA
	3 Alphabet	781	USA
	4 Microsoft	771	USA
	5 Facebook	556	USA
CINA 8 Compagnie (di cui due per ipercapitalizzazione)	6 Alibaba	484	CINA
	7 Tencent	477	CINA
	8 Netflix	173	USA
	9 Ant Financial	150	CINA
	10 Salesforce	102	USA
	11 Booking Holdings	100	USA
	12 PayPal	100	USA
	13 Baidu	89	CINA
EUROPA 0 Compagnie (la prima europea è la tedesca SAP)	14 Uber	72	USA
	15 Jd.com	56	CINA
	16 Didi Chuxing	56	CINA
	17 Xiaomi	54	CINA
	18 Ebay	37	USA
	19 AirB&B	31	USA
	20 Meituan-Dianping	30	CINA

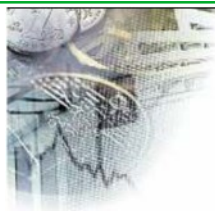
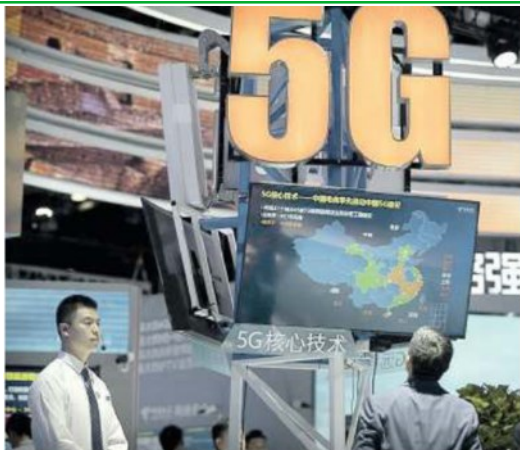
Fonte: I CAPITAL, 2018

Internet

Un essere umano su due è connesso alla rete. L'Italia è sesta tra le grandi nazioni del mondo per percentuale di accesso alla rete Internet della propria popolazione.

Social media

Tre persone su quattro usano i social media giornalmente. Più dell'80 per cento dei millennials usa i Social Media attivamente. In Italia Facebook conferma la propria leadership e il trend crescente con un più 11 per cento su base annua e con al secondo posto Instagram che pure registra una crescita del 22 per cento.



Nella foto in alto un sistema biometrico di riconoscimento facciale
Nella foto a destra l'autovettura a guida autonoma di Google, le reti 5G (foto in basso) ne agevoleranno l'uso

OutlookEconomia2019

Industria 4.0 resta l'unica lama di luce all'orizzonte

Nel clima di attesa per l'evoluzione degli eventi è il supporto sul quale allestire un nuovo modo di concepire la produzione

“
LA RIVOLUZIONE
HA PERÒ BISOGNO
DI UN AMBIENTE
ISPIRATO DA
UNA VERA POLITICA
INDUSTRIALE
CHE OGGI APPARE
TROPPO SFUMATA

Lucio Poma*

Le imprese, oggi, navigano in un mare incerto, nel quale i classici strumenti di navigazione sono preda di magneti impazziti. Duplice è la sfida che devono affrontare: è in atto una profonda rivoluzione tecnologica (Industria 4.0), e ciò avviene all'interno di una trasmutazione dei contesti competitivi internazionali e nazionali. Sarebbe già stato complicato gestire la rivoluzione tecnologia in una situazione di certezza e stabilità dei mercati. Ma oggi è richiesto un duplice sforzo proprio perché l'impresa deve trasformarsi in un contesto in cambiamento. Deve, dunque, essere in grado di compiere un doppio salto mortale.

Il 2018 è stato un anno significativo, che ha palesato alcune scomode verità. Anzitutto, per Europa e Giappone, è stato l'anno crescita annunciata e poi mancata. Il primo trimestre 2018 aveva lasciato sperare che si consolidassero le performance del 2017. Dopo un secondo trimestre deludente, e un terzo allarmante, sono state pesantemente riviste verso il basso le stime di crescita dell'Eurozona, Italia

e Germania comprese. Il messaggio che traspare, oltre la cruda realtà dei dati, è che il nostro Paese non può affidare le sue speranze di crescita alle variazioni congiunturali.

Il 2018 è stato l'anno delle interconnessioni tra fatti apparentemente distanti che si sono contaminati vicendevolmente. Ciò era accaduto anche in passato ma quel che colpisce, in questo anno, è l'intensità e la velocità dei contagi e dei rimbalzi. La guerra dei dazi ha mantenuto in allerta gli operatori economici e - anche se Usa e Cina a lato del G20 hanno raggiunto una prima intesa per cessare le ostilità - i nervi restano scoperti. Pochi giorni dopo il G20, poi, si è tenuta a Vienna la riunione dei Paesi aderenti all'Opec, nel quale l'Arabia Saudita, obbedendo solo in parte al richiamo di Trump, ha deciso di tagliare 700 mila barili di petrolio che, aggiunti alla riduzione decisa dalla Russia, faranno mancare al mercato circa 1 milione e mezzo di barili al giorno. La leggera flessione della produzione industriale cinese e il lieve calo della domanda hanno mantenuto calmi i prezzi, ma la bomba è innescata e pronta ad esplodere. L'altalena euro-dollaro, con il recente apprezzamento del dollaro, pone complicazioni di bilancia commerciale agli Stati Uniti e preoccupazioni all'Europa qualora il prezzo delle materie prime ripartisse repentinamente.

Infine, resta insoluta una delle questioni dirimenti: la crescita senza inflazione. L'inflazione dell'Eurozona si attesta sotto il livello desiderato del 2%, obbligando la Bce a perseguire una politica monetaria eccessivamente accomodante. A fine anno si conclude il Quantitative easing, ma il presidente Mario Draghi ha rassicurato i mercati affermando che la Bce reinvestirà il capitale rimborsato sui titoli in scadenza fino ad un eventuale rialzo dei tassi, che però al momento appare solo una possibilità.

L'insieme interagente di queste macro



variabili contribuisce a creare un clima di incertezza all'interno del quale il nostro Paese paga un tributo elevato. L'Italia nel terzo trimestre ha registrato una crescita zero (cosa che non avveniva dal 2015) e l'indice di produzione industriale da gennaio ad ottobre non si è praticamente mosso. L'inflazione resta molto bassa, sospinta soltanto dalla componente volatile (beni energetici) mentre la componente di fondo resta sotto l'unità, complice anche una dinamica salariale molto contenuta. Infatti, anche se l'occupazione su base annua è migliorata, si concretizza un effetto sostituzione di lavoratori a termine ai danni di quelli permanenti. Se il clima di fiducia dei consumatori resta positivo, quello delle imprese ha iniziato a flettere da metà anno. Tra le imprese si respira un clima di "attesa"

dello svolgersi dell'intreccio degli eventi macroeconomici. Prevale una situazione di incertezza (di cui l'alta volatilità della Borsa è un segnale), che inibisce gli investimenti delle imprese.

In questo scenario a tinte fosche una lama di luce proviene da Industria 4.0. La messa in opera della applicazioni inerenti non va considerata unicamente come un miglioramento in termini di efficienza ed efficacia delle produzioni in atto, quanto un modo assolutamente diverso di concepire la produzione, l'impresa e la filiera nella quale opera.

Industria 4.0 rappresenta una possibilità concreta di realizzare nuovi prodotti e servizi e di con-

cepire la produzione come un flusso di conoscenza che, in parte, trascende i classici luoghi di produzione. Tale rivoluzione non può essere capitata dalle singole imprese anche se di grandissime dimensioni. È necessario costruire un adeguato ambiente cognitivo ed interattivo (si pensi ad esempio alla gestione ed elaborazione dei big data), compito ineludibile di una solida politica industriale, oggi ancora troppo sfumata.

Gli acrobati per riuscire a realizzare un duplice salto mortale necessitano di una rete di sicurezza che permetta loro di sperimentare ed esercitarsi: una necessità, questa, imprescindibile per le nostre imprese hanno questa necessità. Creare un clima di fiducia stabile e sicuro, con aspettative consolidate, costituirebbe una premessa importante.

**Nomisma, responsabile scientifico
Area Industria e Innovazione*

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tim, dall'Agcom spinta alla rete unica Arriva lo sconto per l'accesso alla fibra

TELECOMUNICAZIONI

Parte la consultazione sulle regole per l'utilizzo dell'infrastruttura tlc

C'è anche un ritocco al rialzo al prezzo di accesso in rame per gli operatori alternativi

Carmine Fotina

ROMA

L'Authority per le comunicazioni è pronta a fissare le nuove regole per l'accesso alla rete fissa di tlc. È stato approvato il provvedimento che sarà messo in consultazione pubblica (relatori il presidente Angelo Marcello Cardani e il commissario Antonio Nicita), contemporaneamente saranno sottoposte al mercato le valutazioni sul progetto di separazione legale della rete di accesso presentato volontariamente da Tim lo scorso marzo.

L'Authority conferma Tim come operatore con significativo potere di mercato. Ma c'è più di una novità. Aumentano (in parte) i prezzi dell'accesso in rame, scendono quelli per la fibra. C'è una procedura accelerata per lo switch off volontario di Tim dal rame alla fibra. Si avvia la segmentazione geografica dei rimedi regolamentari, partendo da Milano. In sintesi c'è una spinta regolamentare verso il passaggio a un sistema fiber oriented. Quanto alla separazione della rete, si valuta positivamente il progetto sotto un profilo della non discriminazione e dell'equivalenza, in sostanza della trasparenza. Ma secondo l'Authority una mera separazione legale della rete di accesso, creando quindi un'entità comunque interna allo stesso gruppo, non comporta necessariamente avanzamenti concorrenziali tali da determinare la rimozione di ri-

medi regolamentari.

I prezzi

La delibera dovrebbe essere firmata tra una decina di giorni, per evitare che le festività erodano i 45 giorni di consultazioni concessi agli operatori alternativi. Conterrà i nuovi prezzi di accesso orientati ai costi per il 2019-2021 e retroattivamente per il 2018. Il rame aumenta nella modalità unbundling: da 8,61 euro a 8,9 nel 2021 (passando per 8,79 nel 2020). Ma resta inalterato nella modalità subunbundling che interessa di più gli operatori con maggiore infrastrutturazione, che hanno investito fino agli armadi (si resta a 5,3 euro). Previsto un incremento graduale anche della modalità «bitstream». Diminuisce invece, come detto, la fibra in modalità Vula (Virtual unbundled local access): il fiber to the cabinet scenderà da 14,32 a 12,5 euro nel 2021; il fiber to the home da 22 a 15,2 euro nello stesso anno.

Tra le novità anche la decisione di fare di Milano un mercato rilevante a sé e di valutare la possibile individuazione di rimedi geografici differenziati. Nasce anche un test di prezzo all'ingrosso per evitare vendite sottocosto di Telecom nel mercato della fibra che spiazzerebbero l'offerta del concorrente Open Fiber.

Il disegno verso la rete unica

La decisione finale dell'Authority, conclusa la consultazione, dovrebbe arrivare intorno a marzo-aprile con annessa notifica alla Commissione europea. Nessun riferimento nella delibera, ovviamente, ma inevitabilmente il contesto regolamentare sembra coerente in qualche modo con le linee di politica industriale che spingono verso una rete unica tutta in fibra ottica. Per alcuni l'aumento, comunque graduale, del rame è anche funzionale a "ripagare" Telecom dell'asset rame, anche se dall'Agcom fanno notare come sul subunbundling si sia scelto di non modificare i

prezzi. Nelle premesse del suo documento, l'Authority fa riferimento alla sostenibilità, nel lungo termine, della concorrenza infrastrutturale, concetto presente anche nell'emendamento governativo che punta ad agevolare la creazione di un network unico tra Tim e Open Fiber.

Intanto il governo valuta le evoluzioni societarie della contesa tra Vivendi ed Elliott. E prende tempo. È stato rinviato a gennaio l'incontro previsto lunedì scorso tra il ministro dello Sviluppo economico Luigi Di Maio e gli operatori di telecomunicazioni rappresentati da Asstel, al quale insieme agli altri amministratori delegati avrebbe dovuto partecipare anche il nuovo numero uno di Tim, Luigi Gubitosi. E slitta a gennaio anche l'incontro in programma oggi tra il ministro e i sindacati che avrebbe avuto al centro il futuro occupazionale dell'ex monopolista, anche alla luce della norma per agevolare la creazione della rete unica inserita nel decreto fiscale. L'emendamento studiato da M5S e Sviluppo economico, dopo un tira e molla con la Lega inizialmente critica, ha mantenuto il riferimento alla «forza lavoro dei soggetti giuridici coinvolti» come uno degli elementi dei quali l'Authority per le comunicazioni dovrà tenere conto per determinare «adeguati meccanismi incentivanti di remunerazione del capitale investito». Ma prima di assumere impegni con i sindacati che potrebbe essere difficile mantenere, il governo vuole avere un quadro più chiaro degli sviluppi societari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



OutlookEconomia2019

IL FUTURO DI TELECOM

LA RETE SARÀ UNICA MA A CARO PREZZO

MA RESTANO UNA SERIE DI INTERROGATIVI
GLI ALTRI NETWORK, A INIZIARE DA QUELLO
DI FASTWEB, DOVRANNO ANCHE LORO
CONFLUIRE NELLA SOCIETÀ MONOPOLISTICA?

Il governo vuole una sola infrastruttura a banda ultra-larga. Così spinge per le nozze tra Tim e Open Fiber. E come dote offre tariffe vantaggiose che però peseranno sulle bollette.

Andrea Bassi

Controordine compagni. Sono passati poco più di due anni fa quando l'allora presidente del consiglio, Matteo Renzi, dai saloni stuccati di Palazzo Chigi, davanti al gotha delle imprese di telecomunicazione italiane, con la sola eccezione di Telecom Italia, annunciava "è arrivato il futuro". Raggiante, l'ex premier, aveva lanciato il guanto di sfida all'ex monopolista, accusato di non tenere il passo degli investimenti necessari a dotare il Paese di una rete a banda ultra larga a "prova di futuro". Due anni dopo, con un nuovo governo e dopo il ribaltone nell'azionariato di Tim operato dal fondo Elliot ai danni dei francesi di Vivendi, la parola d'ordine è cambiata. Avere più reti in concorrenza non è più considerata cosa buona. La rete che porta internet nelle case degli italiani de-

ve essere una sola. Il governo giallo verde lo ha messo nero su bianco nell'emendamento approvato al decreto fiscale e il cui scopo è "convincere" Tim e Open Fiber a convalidare a nozze. Con la promessa di una cospicua dote ai futuri sposi, vale a dire la Rab.

Di che si tratta? È un acronimo inglese che sta per Regulated asset base. Un modo per stabilire quali tariffe deve pagare chi utilizzerà la rete unica. È un sistema utilizzato normalmente per le reti in monopolio. Viene applicato ai tralicci di Terna, ai tubi di Snam, alla rete di distribuzione di Enel, e alle autostrade. Funziona più o meno così: tutti gli investimenti fatti sulla rete vengono pagati nelle tariffe. Detto diversamente, tutti gli investimenti fatti finiscono nelle bollette di chi usa il servizio.

QUALCHE DUBBIO

E qui iniziano i primi dubbi sul progetto rete unica. Oggi l'affitto all'ingrosso della fibra Tim fin dentro casa costa 17 euro circa, che si traduce in un prezzo per il consumatore in media attorno ai 25 euro. Open fiber ha prezzi all'ingrosso leggermente inferiori, ma il prezzo al dettaglio applicato dagli operatori che passano sulla sua rete è sempre attorno ai 25 euro. Di quanto salirebbero i prezzi con l'applicazione della Rab? Oggi non è semplice dirlo, perché la Rab è al momento solo una promessa e la sua concreta attuazione spetta all'Autorithy delle Comunicazioni.

EFFETTO COLLATERALE

Ma se lo scopo ultimo è portare la fibra fin dentro casa di tutti gli italiani, non serve la sfera di cristallo per sapere che senza contributi dello Stato alla costruzione della rete i costi verrebbero scaricati in bolletta. Un effetto collaterale non secondario del progetto del governo. Ci sono, però, una serie di altre complicazioni. La prima è che bisognerà convincere gli azionisti di tutti i soggetti coinvolti, a fondere le rispettive società. Elliot e Cassa depositi e prestiti, due soci forti di Tim, sono favore-



voli. Vivendi no. E i francesi sono in cerca di una rivale per il ribaltone subito dal fondo americano. Gli azionisti di Open Fiber sono Enel e, ancora una volta, Cdp. Francesco Starace, il numero uno del colosso elettrico, si è sempre detto contrario ad "accozzaglie". Ma se il governo dovesse esercitare una convinta moral suasion è difficile che possa tirarsi indietro. Però Tim e Open Fiber non sono le uniche reti esistenti. C'è ne sono altre. A cominciare da quella di Fastweb. Se monopolio deve essere, non si possono lasciare spezzoni in giro. Anche Fastweb, però, non sembra intenzionata a separarsi dalla sua infrastruttura. Altro problema: bisogna convincere l'Antitrust europeo che la concorrenza non funziona e serve una rete unica. Difficile che Bruxelles digerisca. C'è in realtà un precedente, la fusione tra Stream e Tele+ da cui è nata Sky. Ma allora il via libera fu dato perché uno dei due concorrenti stava per fallire. Non dovrebbe essere questo il caso. C'è poi un ultimo tema. Qualcuno sostiene che quella sulla rete unica rischia di essere una battaglia di retroguardia. Entro due anni il 5g, la telefonia mobile di quinta generazione, sarà una realtà. Il 5g avrà prestazioni analo-

ghe a quelle della banda ultra larga fissa. Arriverà nelle case insieme agli oggetti intelligenti. Ed è quasi certo che gli operatori che si sono svenati per comprare le frequenze inizino a proporlo in alternativa alla rete fissa.

IL NUOVO SCENARIO

In realtà l'avvento del 5G disinnescerà anche un altro degli assi nella manica dei nazionalizzatori della rete: ossia che si tratta di un asset strategico che non può cadere preda di operatori stranieri. La verità, come dimostra la guerra senza esclusione di colpi che l'amministrazione americana guidata da Donald Trump ha dichiarato a Huawei, il colosso tecnologico cinese. La rete 5g servirà a far comunicare gli oggetti, a far muovere le auto a guida autonoma, entrerà nelle infrastrutture energetiche. E in Italia non ci sarà un monopolio pubblico di questa infrastruttura. La concorrenza della rete mobile a banda ultra larga, insomma, si farà sentire e il fattore prezzo, nonostante l'eventuale monopolio nella rete fissa non sarà una variabile indipendente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I Dati

Di seguito le quote di mercato nella telefonia fissa a giugno del 2018:

Tim 52%

la quota dell'ex monopolista a metà anno era scesa di 2,7 punti percentuali su base annua. Vodafone disponeva invece del 13,3%. È diventato il secondo operatore di telefonia fissa superando, sempre a giugno del 2018, Wind-3.

Wind-Tre 13,1%

ha subito a giugno 2018, secondo quanto rilevato dall'Authority delle Comunicazioni, una leggera flessione nella quota (-0,1%).

Fastweb 12,5%

ha incrementato la sua quota di mercato di 0,5 punti percentuali (il dato si ferma a giugno).



A sinistra, nel tondo, l'amministratore delegato di Tim, Luigi Gubitosi. A destra, nella foto grande, dei collegamenti di cavi per l'alta velocità.



5G, nella partita tra Cina e Stati Uniti c'è un ruolo anche per l'Europa

Antonio Dini — a pag. 43

Spionaggio e chip. Ci sono gli standard, le tecnologie e le ragioni della geopolitica. E c'è anche l'Europa

5G, la partita Cina-Usa si gioca a tre

Antonio Dini

Domani, in una decina di città americane, At&t attiva il primo servizio di connessione mobile 5G. Vende un hotspot da 499 dollari e piani da 80 dollari al mese. I telefoni saranno disponibili a partire dal prossimo anno. I chip già ci sono ma ancora non sono pronti per entrare in uno smartphone.

È comunque il primo morso a una torta la cui sola parte tecnologica, i chipset per i terminali e gli apparati di rete, secondo la società di analisi Allied Market Research varrà 2,12 miliardi di dollari nel 2020 e salirà a 22,92 miliardi nel 2026, con una crescita combinata del 48,7%. «Il mercato Asia-Pacifico che include la Cina varrà 752 milioni nel 2020 e arriverà a 8,7 miliardi nel 2026, con una crescita combinata del 50,5%.

I commensali sono un pugno di aziende globali: le americane Qualcomm, Qorvo, Intel e Xilinx; Broadcom di proprietà di un gruppo di Singapore, la finlandese Nokia, la tedesca Infineon Technologies, la coreana Samsung, la taiwanese Mediatek. «È la cinese Huawei, la vera pietra dello scandalo», dice Linley Gwennap, analista e fondatore di Gwennap Group. Huawei è il secondo produttore al mondo di apparati di rete e il secondo nei terminali di mobile. Per Gwennap Huawei è il frutto delle ambizioni della Cina: Huawei ha le sue ambizioni glo-

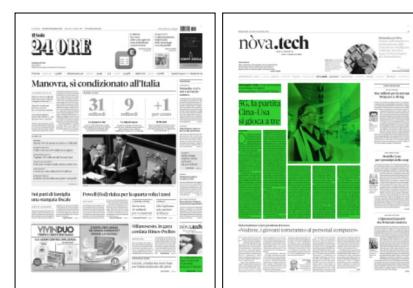
balì ma solo come le vuole Pechino, sia per la necessità di smarcarsi dalla guerra commerciale con gli Stati Uniti che per continuare a crescere. Il presidente Xi Jinping vuole che la Cina sia un leader autosufficiente nei semiconduttori, con una impronta globale e passi dalla produzione di base a settori più redditizi. Huawei esegue e la Cina ne trae i frutti.

Lo scontro sulle tecnologie per le telecomunicazioni è cominciato all'inizio degli anni Novanta e coinvolge tutto il pianeta: è un mix di guerra commerciale, di sovvenzioni statali alle aziende di bandiera, e di sicurezza nazionale. Almeno, quest'ultima è la narrazione che emerge in questa fase di preparazione per il 5G. Negli ultimi mesi infatti Donald Trump ha usato questa chiave per bloccare l'acquisizione del colosso nazionale Qualcomm da parte di Broadcom, avversario americano con azionariato di Singapore, testa di ponte dei cinesi nella guerra dei chip. Poi c'è stato il braccio di ferro con la cinese Zte, che ha portato l'azienda sull'orlo del (presunto) fallimento, ed è stato risolto con il telefono rosso che lega Washington a Pechino. E poi c'è la decennale battaglia tra il governo americano e Huawei, che Washington non vuole come fornitore di tecnologia per il governo nazionale e federale statunitense e adesso neanche come fornitore di tecnologia per le aziende di telecomunicazioni. Convinti del pericolo sono gli australiani, i tedeschi, i britannici. Il resto d'Europa non vede in realtà

la differenza tra ospitare prodotti Made in Usa o made in China, se non da un punto di vista commerciale. Per questo probabilmente la battaglia si sposta sul piano politico.

È il pericolo di spionaggio? C'è chi legge lo scontro come esclusivamente commerciale: «Se – dice l'analista belga Guy Kindermas – Huawei accettasse di mettere il processore Snapdragon made in Usa nei suoi telefonini, il blocco americano all'importazione di questi apparecchi verrebbe tolto». Fanno così gli altri produttori asiatici, cinesi, taiwanesi e coreani che producono le proprie Cpu per i mercati di tutto il mondo (Europa, Cina, India, Africa, America Latina) tranne che per gli Usa, dove invece vendono telefoni con cervello Made in Usa.

L'americana Qualcomm, che ha presentato poche settimane fa lo Snapdragon 855 pronto per il 5g, lo ha presentato a Maui, Hawaii, a metà del Pacifico, cioè a metà strada tra America e Asia. Sul palco, accanto al presidente Cristiano Amon, c'era il cinese Pete Lau, fondatore e Ceo di OnePlus.



Lau ha sorriso, presentato l'azienda e annunciato (in mandarino): "Il primo telefono 5G in vendita nel 2019 sarà il nostro". Nel roster di aziende che collaborano con Qualcomm c'è una lunga lista di partner cinesi: SenseTime, Face++, NetEase, Elevo, iFlytek, i colossi Tencent e Baidu, il gruppo Alibaba. E poi i produttori di apparecchi, come OnePlus e suo gemello Oppo. Insomma, la Cina c'è. La supply chain è globale per tutti, Trump o non Trump. Ci sono ovviamente anche aziende di tutto il resto del mondo, inclusi ad esempio gli operatori italiani Tim, Wind3 e l'internazionale Vodafone. E tante altre aziende di settori contigui o meno contigui: la lunga marcia del 5G, l'arma definitiva per la trasformazione digitale e per portare la banda larga e capace ovunque (in simbiosi con le reti 4G potenziate), azzerando il digital divide e spingendo l'internet delle cose, è cominciata con cinque anni di riunioni serrate negli enti di standardizzazione. «Per la prima volta – ha detto Amon – hanno partecipato anche moltissime aziende di altri settori di

tutto il mondo, perché il 5G è la chiave per la trasformazione digitale». Trasporti, manifatturiero, commercio, logistica, servizi. Tutti hanno voluto contribuire a definire un abito 5G che fosse su misura anche per loro.

All'interno dei tavoli riservati alle negoziazioni, Qualcomm ha probabilmente giocato il ruolo più rilevante. Un cambiamento notevole rispetto al passato, quando l'azienda americana aveva proposto un suo standard alternativo a quello Gsm, il Cdma. Ma la Cina hanno avuto un peso notevole. L'Europa, che è stata l'ispiratrice dello standard Gsm, ha avuto il ruolo relativamente più debole, anche per l'indebolimento del settore industriale delle telecomunicazioni nel Vecchio continente. Le industrie di Stato, però, non sono appannaggio della sola Cina. Se, come sostiene Amon, le tecnologie delle telecomunicazioni hanno cicli di dieci anni (dal 1980, nascita della telefonia analogica senza fili, al 5G che partirà formalmente nel 2020), Qualcomm ad esempio ha tentato di sfruttare il ruolo del governo americano

nella ricostruzione dell'Iraq del secondo dopoguerra per portare lo standard Cdma anziché il Gsm. E oggi, a differenza di Intel, ha avuto bisogno di Trump per difendersi sul mercato.

Ma lo spionaggio? Il "cervello" di silicio dello smartphone, così come quello dell'antenna sopra il tetto del condominio di fronte, può diventare anche un grande orecchio per una nazione che decida di spiare i cittadini di un'altra (o i suoi stessi). E non è detto che questo sia il caso della sola Cina, come da Snowden in avanti abbiamo visto. «Alla fine – dice Kindermas – dietro la sicurezza nazionale da difendere c'è una guerra commerciale da combattere. Ma dietro la guerra commerciale c'è probabilmente anche un'altra, molto più sotterranea e aggressiva guerra di spionaggio. E noi piccoli europei, schiacciati tra il gigante americano e cinese, possiamo solo scegliere da chi farci spiare di più». Oppure investire, innovare e scommettere sulla nostra capacità di tornare centrali con il 6G.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



5G e applicazioni. I chipset per smartphone e gli apparati di rete sono un mercato che varrà nel 2026 2,12 miliardi di dollari

TUTTO UGUALE I soldi per rottamare i vecchi televisori

Frequenze, il governo fa un grande regalo a Mediaset & soliti noti

Per lo spettro da assegnare: niente asta al rialzo e obbligo di premiare chi è forte nel settore. Come Rai, Tim e Cairo

» CARLO TECCE

Il governo ha confezionato una norma su misura che protegge Mediaset & C, impedisce l'apertura del mercato televisivo e rimuove quel fastidio tipico che la concorrenza arreca alle imprese italiane. Come ai vecchi tempi, soltanto con una contorsione burocratica più raffinata e una legge infilata in manovra con un emendamento depositato in Senato dai relatori di maggioranza. La questione è complessa e però vitale per le aziende televisive.

Il governo ha due pacchetti di frequenze (multiplex), quelli che servono a trasmettere i canali, da cedere in concessione per vent'anni, li ricava col passaggio - da completare entro il 2022 - dall'attuale digitale terrestre a un sistema di seconda generazione. Anziché organizzare un'asta al rialzo e prevedere condizioni paritarie per monopolisti e debuttanti, il ministero per lo Sviluppo guidato da Luigi Di Maio ordina una "procedura onerosa senza rilanci competitivi", si tratta di una gara in cui vince chi paga di più rispetto a un prezzo di partenza. Non finisce qui. Perché i criteri per assegnare le frequenze non premiano chi formula un'offerta migliore, ma anche chi opera già nel mercato: "Garantire continuità del servizio", "valorizzare le esperienze maturate", "tenere conto dei conte-

nuti diffusi", si raccomanda il governo.

AL MOMENTO, il mercato nazionale è composto da 20 multiplex e risulta abbastanza ristretto: Elettronica Industriale (Mediaset) possiede cinque multiplex, come Persidera (70% Telecom Italia, 30% gruppo Gedi) e la società pubblica Rai. Un multiplex ciascuno per Urbano Cairo (La7), Europa7, Rete Capri, Wind Tre e Dfree di Tarak Ben Ammar, che ospita i canali del Biscione.

Il governo di Giuseppe Conte e soprattutto il ministero di Di Maio sono chiamati a gestire un periodo di transizione fondamentale per le aziende televisive. Con il tradizionale ritardo l'Italia sta per liberare la cosiddetta "banda 700", le frequenze occupate dalle emittenti tv che dal 2022 saranno affidate agli operatori telefonici per le connessioni Internet 5G. Vodafone, Telecom e gli altri, con una battaglia all'ultimo rilancio, hanno speso oltre 6,5 miliardi di euro, e lo Stato ha incassato di buon grado. Allora il governo giallo-verde è costretto a ridefinire lo spettro per le televisioni che si vedranno dimezzare i multiplex - affittati alla modica cifra di 1,5 milioni di euro all'anno - anche se migliorano la qualità di trasmissione con immagini in 4k. Siccome le televisioni locali sono scomparse o in affanno, il governo non riserverà più un terzo dei

multiplex in funzione in Italia, cioè cinque, ma al massimo tre, dunque restano i famosi due. Questi multiplex sono più sviluppati e, per banalizzare, valgono il doppio di quelli di adesso. Così il governo li fa a pezzettie, sempre con l'emendamento, li distribuisce in quattro lotti. Quanti sono gli operatori interessati? Esclusi i piccini Europa 7 (già penalizzata in passato), Wind Tre, Rete Capri e Dfree, rimangono Cairo e i tre moschettieri Mediaset, Persidera e Viale Mazzini. Sarà l'Autorità di garanzia (Agcom), precisa sempre il governo, a stilare un regolamento per il bando da avviare nell'autunno del 2019. Per esempio, si ragiona per ipotesi, se Mediaset partecipa al lotto 1 non può importunare Persidera che partecipa al lotto 2. Tra l'altro, il Biscione ha bisogno di spazio perché veicola Sky. In sostanza: lo Stato suggerisce di mettersi d'accordo in maniera composta e fruire della spartizione senza strepitare troppo. Per chiudere, il governo si premura di comunicare a Mediaset e sorelle che il denaro investito, in qualche modo, gli ritorna comodo. Perché sarà versato nel fondo del ministero per lo Sviluppo per la rottamazione dei televisori.

AI CITTADINI/ELETTORI non hanno spiegato che dal 2022 molti televisori acquistati prima del luglio 2016 non funzionano e quindi occorre com-



prare uno schermo nuovo. Il governo non ha paura di lasciare alcuni cittadini/elettori senza Mediaset o Sky Cinema o Rai Gulp, ma di lasciare Mediaset, Sky Cinema e Rai Gulp con meno telespettatori. I Cinque Stelle erano pronti a punire il Biscione, raccontavano qualche settimana fa, con un severo emendamento poi ritirato per l'intromissione dei leghisti. Alla fine, dimenticato il presunto litigio, proprio il ministero di Di Maio serve alle tv il piatto che desiderano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La data

Dal 2022 le televisioni lasciano la "banda 700", assegnata in concessione agli operatori telefonici, e dunque ci sarà una riorganizzazione dello spettro, complice il passaggio a una tecnologia di seconda generazione del digitale terrestre

.....



La torre Mediaset Ansa

PARTERRE

Soru e la suggestione di ritornare in Tiscali

Sembra una «Storia di Natale» in stile Dickens, tra nostalgia e déjà-vù: il vecchio padrone e fondatore che torna in azienda proprio sotto le feste. Circola l'idea che Renato Soru, il visionario imprenditore che nel 1998 portò internet gratis agli italiani, possa tornare al comando della «sua» Tiscali. A 20 anni esatti dalla nascita, e dopo una lunga parentesi politica in area PD (prima come governatore della Regione Sardegna, poi come possibile candidato premier anti-Berlusconi e infine come Europarlamentare, il fondatore che si riprende la sua azienda è una suggestione che galvanizza la gente di Cagliari. L'Unione Sarda addirittura ha dato il ritorno del padre nobile come imminente, una cosa che sarebbe successa proprio oggi, a pochi giorni dal Natale. E l'indiscrezione è piombata ieri mattina durante il brindisi aziendale dell'attuale ad Kossuta di fronte ai dipendenti. La voce di un ritorno di Soru in sella alla sua creatura da tempo circola a Piazza Affari, ma l'azienda ieri ha smentito seccamente il rumor. Certo è che il tempismo dei boatos non è casuale: la prossima primavera va rinnovato il Parlamento Europeo e Soru potrebbe tornare nella sua amata Sardegna dopo 4 anni a Strasburgo. (S.Fi.)



SCI ALPINO

Razzoli è secondo in Coppa Europa Oggi torna tra i big

L'olimpionico di Vancouver sale sul podio a Obereggen Stamani (ore 10) a Saalbach sarà al cancelletto di partenza in Coppa del Mondo

REGGIO EMILIA. Il "Razzo" è tornato a decollare. Ieri, in una gara valida per la Coppa Europa, si è classificato al secondo posto assoluto e per soli 18 centesimi è stato superato dal croato Rodes. Nella prima manche – si correva sulle piste italiane di Obereggen – Giuliano Razzoli aveva fatto segnare il miglior tempo e solo un briciolo di prudenza lo ha indotto a non esagerare nella seconda discesa.

Questo ritorno sul podio nella contesa europea rappresenta per lui una bella soddisfazione perché gli mancava dalla vittoria ottenuta a Monte Pora, nel febbraio di sette anni fa. La classifica di specialità è attualmente guidata da Linus Stasser.

Oltre a rassicurarlo sulle attuali buone condizioni atletiche, il risultato positivo gli ha fatto guadagnare ben sette punti per la graduatoria internazionale e questo gli garantisce un miglior pettorale di partenza per il prossimo impegno, che è previsto addirittura per oggi stesso. Tanto che lo slalomista di Villa Minozzo, dopo il cerimoniale della premiazione, è salito ve-

locemente in auto per raggiungere l'Austria, dove stamani è in programma una sfida valida per la Coppa del Mondo. Anche questo rappresenta per lui un incoraggiante ritorno sulla scena.

Era stato infatti richiamato a inizio mese a far parte della compagine azzurra e avrebbe dovuto gareggiare in Val d'Isère (Francia) lo scorso 9 dicembre ma la prova è stata annullata per le avverse condizioni meteorologiche.

Stamane sarà invece al cancelletto di partenza dello slalom di Saalbach per il quale il direttore sportivo Massimo Rinaldi ha convocato sette azzurri. Si tratta di Stefano Gross, che rientra dopo l'infortunio patito alcune settimane fa a Madesimo, Manfred Moelgg, Fabian Bacher, Simon Maurberger, Alex Vinatzer ed Hans Vaccari, nonché, appunto, Giuliano Razzoli. Indisponibile solo Federico Liberatore, che si è provocato una leggera distorsione a ginocchio e caviglia durante gli allenamenti dei giorni scorsi e necessita di un po' di riposo. Il via della prima manche è fissato alle ore 10 (diretta televisiva su Rai Sport ed Eurosport) e la seconda scatta alle 13. —

L.V.



Giuliano Razzoli ieri a Obereggen è salito sul podio in Coppa Europa

