

Rassegna del 06/12/2018

Italia Oggi	41	E-commerce svincolato	Ricca Franco 1
Sole 24 Ore nòva.tech	34	Europa, addio ai limiti sullo shopping digitale	G.Rus. 2
Corriere della Sera	45	Amazon alla conquista dei dati dei clienti, venderà direttamente	Ferraino Giuliana 3
MF Fashion	3	Il lusso diventa inclusive con il digitale	Manzoni Silvia 4
Avvenire Milano	1	Venti imprese storiche milanesi aprono una vetrina digitale su eBay	D'Agostino Andrea 5
Italia Oggi	28	Chessidice in viale dell'editoria - Alibaba: si dimette il presidente della divisione media&entertainment	... 6
Italia Oggi	23	Rapporto fatturazione elettronica - Pagare o incassare con un click La soluzione di PayPal e Aruba	... 7
Repubblica	29	Huawei bandita da British telecom "Rischio spionaggio"	f.sant. 8
Italia Oggi	10	Robot come colf ma anche amante	Valentini Carlo 9
Sole 24 Ore	15	Intervista a Carlo Perrone - Gli editori a Google: «Tavolo sul copyright solo se c'è la riforma»	Biondi Andrea 11
Sole 24 Ore	19	I consiglieri Vivendi pronti a chiedere l'assemblea Telecom	Olivieri Antonella 13
Corriere della Sera	41	Il rilancio di Cassa depositi e prestiti: spinta da 200 miliardi sulla crescita	Puato Alessandra 15

Chiarimento dell'Agenzia delle entrate sulla forma del documento

E-commerce svincolato

Niente obblighi di fattura e di scontrini

DI FRANCO RICCA

Niente obblighi formali sui servizi elettronici resi a consumatori finali: dette prestazioni non sono infatti soggette né all'emissione della fattura, salvo che sia richiesta dal cliente, né al rilascio della certificazione mediante scontrini o ricevute fiscali. L'eventuale certificazione fiscale che l'impresa ritenesse di dover rilasciare comunque, date le caratteristiche materiali degli scontrini e delle ricevute, non può assumere la forma elettronica ma dovrà essere emessa in forma cartacea, mentre al destinatario potrà essere trasmessa elettronicamente una "copia per immagine su supporto informatico di documento analogico", ai sensi dell'art. 1 del dlgs n. 82/2005. E' quanto chiarisce l'agenzia delle entrate con la risposta n. 96 del 4 dicembre 2018, in esito all'istanza di interpello di una società fornitrice di servizi elettronici. Premesso che, all'atto dell'incasso del corrispettivo, emette la fattura, la società chiedeva di poter sostituire tale adempimento, particolarmente gravoso in ragione dell'elevato numero di operazioni, con il rilascio della ricevuta fiscale e la contabilizzazione giornaliera degli incassi nel registro dei corrispettivi.

Nella risposta, l'agenzia

osserva che, in base alla normativa vigente, per le prestazioni di servizi di telecomunicazione, di servizi di teleradiodiffusione e di servizi elettronici resi a committenti che agiscono al di fuori di un'attività rilevante per l'Iva, l'emissione della fattura non è obbligatoria, salvo che sia richiesta dal cliente al momento dell'effettuazione dell'operazione (art. 22, n. 6-ter, dpr 633/72). Per le stesse prestazioni, inoltre, il dm 27 ottobre 2015, in conformità al dlgs n. 42/2015, prevede l'esonero dall'obbligo della certificazione fiscale.

Pertanto, per la documentazione delle suddette prestazioni non vi è obbligo di emettere la fattura, né di certificare l'operazione mediante scontrino o ricevuta fiscale, ferma restando la possibilità di rilasciare volontariamente la certificazione e trasmetterne copia informatica al destinatario.

In merito al trattamento sostanziale, infine, l'agenzia aggiunge che le prestazioni in esame sono soggette ad Iva in Italia soltanto se rese a consumatori ivi stabiliti; se rese a consumatori extraUe, sono escluse dall'imposta, mentre se rese a consumatori di altri paesi Ue l'imposta è dovuta nel paese di destinazione, eventualmente avvalendosi del regime semplificato "moss".

—© Riproduzione riservata—■



OLTREFRONTIERA**STOP AL GEOBLOCKING****Europa, addio ai limiti
sullo shopping digitale**

La normativa Eu/2018/302, varata a marzo dalla Commissione europea e in vigore dal 3 dicembre, vieta forme ingiustificate di blocco e discriminazione, e quindi barriere e segmentazioni di vario genere, sugli acquisti online entro i confini europei. Con la rimozione del geoblocking - questo l'effetto concreto del provvedimento - siti, app e altre canali per l'e-commerce non potranno impedire l'accesso agli utenti sulla base della nazionalità o della posizione geografica individuate tramite l'indirizzo Ip associato al loro computer o dispositivo mobile. Massima libertà di acquistare per i consumatori, dunque, perché cade anche il vincolo di essere obbligatoriamente reindirizzati ai portali nazionali dei merchant preferiti: un utente italiano potrà cioè acquistare direttamente su un e-commerce francese o prenotare un servizio a noleggio su un sito tedesco, senza alcun vincolo e a parità di condizioni. Per lo shopping online europeo, mercato che vale 600 miliardi di euro con percentuali di crescita a doppia cifra, è un passaggio importante anche se rimangono fuori dal campo di applicazione della normativa i servizi audiovisivi (per esempio Netflix), gli ebook, la musica (Spotify) e i videogiochi. La rimozione del blocco che interessa questi prodotti potrebbe però avvenire dal 2020, quando saranno al vaglio dell'organismo di Bruxelles i nuovi step legislativi per la protezione dei consumatori digitali.

—G.Rus.



Amazon alla conquista dei dati dei clienti, venderà direttamente

Il progetto della piattaforma di ecommerce leader mondiale

A 24 anni dalla sua nascita (luglio 1994 a Seattle), dopo aver rivoluzionato la distribuzione globale, creando il più grande negozio virtuale del pianeta per ricavi e capitalizzazione di mercato e il secondo per vendite totali dopo la cinese Alibaba, Amazon punterebbe a cambiare modello. Con il progetto «One Vendor», il gruppo fondato da Jeff Bezos vorrebbe creare un unico negozio online, spingendo progressivamente le aziende terze che oggi vendono i propri prodotti su Amazon Marketplace a diventare soltanto grossisti. Sarà poi il gruppo di Bezos a gestire la parte retail, vendendo direttamente i prodotti ai consumatori finali attraverso Amazon Retail. Con un duplice risultato: più controllo sui prezzi e le promozioni dei prodotti venduti, per rendere Amazon ancora più competitiva nei confronti dei negozi, ma anche il possesso esclusivo dei dati sui compratori.

A rivelare le ambizioni segrete di Amazon è «Recode», rivista online americana, che dedica un lungo articolo al nuovo atteggiamento aggressivo di Amazon nei confronti di alcuni marchi, costretti a lasciare la piattaforma ecommerce se non accettano le condizioni unilaterali imposte dal gigante hi-tech. Ma, interpellata dal «Corriere», da Seattle Amazon smentisce di voler cambiare pelle un'altra volta per diventare l'unica interfaccia con i consumatori finali, gestendo prezzi e dati. «Non c'è nessun programma One Vendor, né negli Stati Uniti né

in Europa», replicano. (Almeno per ora). Ma è vero che «stiamo ottimizzando e standardizzando gli strumenti di vendita per i seller, così da creare efficienza».

Si vedrà. Unire le due anime che hanno contribuito al successo di Amazon, facendo di Bezos l'uomo più ricco della terra, con un patrimonio di oltre 100 miliardi, sarebbe una sorta di ritorno alle orgie, ma con spalle (e potere) esageratamente più grosse. All'inizio Amazon comprava prodotti all'ingrosso direttamente da produttori e fornitori e li vendeva ai clienti sul suo sito online. Ma nel 2002 la società ha lanciato Amazon Marketplace, la piattaforma ecommerce che permette a terzi, grandi aziende ma anche imprese individuali, di commercializzare i propri prodotti in cambio di una commissione. Con vantaggi reciproci: i venditori terzi possono raggiungere la clientela di Amazon, e Amazon può ampliare l'offerta senza i costi e i rischi di ampliare il magazzino. Bastano due numeri per capire perché la questione è cruciale: oltre il 50% di tutte le vendite negli 11 siti globali di Amazon derivano da venditori terzi; e oltre 20 mila piccole e medie imprese hanno superato un milione di dollari di vendite su Amazon nel 2017. In Italia più di 10 mila Pmi sono su Amazon, di queste oltre un terzo esporta i prodotti, specie in Europa, con 350 milioni di vendite all'estero nel 2017.

Giuliana Ferraino

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Fondatore
L'amministratore delegato di Amazon Jeff Bezos, 54 anni, considerato tra gli uomini più ricchi del mondo



E-commerce

Il lusso diventa inclusive con il digitale

«Non conta la bellezza del prodotto, ma le emozioni che sa trasmettere», ha affermato Edoardo Zegna durante il summit organizzato da Microsoft sul tema della trasformazione del retail. **Silvia Manzoni (Parigi)**

«**T**ra le tante evoluzioni del lusso, quella più importante è spostarsi dal product-led al marketing-led, e rendere la sua offerta inclusive: non è fondamentale quanto sia bello il prodotto, ma quante emozioni possa trasmettere. E in questo il digitale sta svolgendo un ruolo essenziale», ha affermato **Edoardo Zegna**, direttore omnichannel di **Ermenegildo Zegna**. Il manager ha parlato ieri al summit **Digital difference in retail & branded goods**, organizzato da **Microsoft** a Parigi, che ha riunito diverse start-up a fianco di società affermate e grandi gruppi sul tema della trasformazione digitale nella distribuzione del fashion e del lusso. «Il gruppo Zegna», ha rivelato a **MFF** il manager, «ha spostato i suoi investimenti nel marketing in direzione del digitale. Se nel 2016 eravamo al 18%, nel 2019 raggiungeremo il 63%, e questo diventa il primo canale di comunicazione dell'azienda. Due anni fa abbiamo inaugurato una Content factory proprio per nutrire la storia di ogni prodotto e amplificarne la desiderabilità. La gente vuole aderire al contesto generale, far parte del sogno, come dimostra il successo dell'iPhone, che la gente è disposta a pagare tre volte di più di un altro model-

lo che ha le stesse funzioni. La comunicazione online e il nostro sito, che conta tre volte più di visite che tutti i 500 negozi, hanno una ripercussione non solo sulle vendite online (che rappresentano meno del 5% anche se è il canale che sta crescendo di più, intorno al 50%) ma su tutto il business», ha aggiunto. Cercare l'interazione col cliente, fare leva sulla sua curiosità. Sono le direttive su cui devono puntare oggi le aziende secondo **Gabriele Tezzani**, direttore ricerca & sviluppo di **Yoox Net-a-porter**. «Oggi c'è il rischio di venire travolti dalle novità tecnologiche che arrivano senza sosta sul mercato», ricorda **Tezzani**. «Ma non è detto che tutte servano al consumatore, quindi bisogna ripartire da lui invece che restare coinvolti in un'evoluzione tecnologica fine a se stessa. L'human touch deve conservare una posizione centrale. Senza esitare a rimettere tutto a zero, lavorando su basi più sperimentali e studiando i trend sotto un profilo più pragmatico». Le start-up più innovative, sfruttando gli sbocchi dell'intelligenza artificiale e della realtà aumentata, hanno tutte un approccio molto pratico per affrontare le nuove sfide del retail. **Becoco** ad esempio permette ai distributori online di consigliare ai

loro clienti outfit che si adattano al loro fisico e stile, oltre che al colore della pelle e dei capelli. «Ciò permette», ha spiegato la fondatrice **Katharina Vandamme**, «di ridurre il volume dei resi, che ha un vero impatto economico sulle aziende e crea delusione nel cliente. Nel Regno Unito il 50% degli acquisti su internet viene rispedito per un valore che si aggira intorno ai 20 miliardi di sterline annui (pari a 22,45 miliardi di euro al cambio di ieri)». **Data & Data** è andato invece a esplorare dietro le quinte del grey market per restituire ai marchi un completo controllo della loro distribuzione e dei loro prezzi. «Oggi», ha rivelato **Maryll Metier**, direttrice business della start-up, «il 25% degli orologi di lusso viene comprato attraverso canali non ufficiali. E non necessariamente perchè sono meno cari. Talvolta perchè sono immediatamente disponibili o perchè declinati in un colore particolare. Le conseguenze sono evidenti: l'offerta premium si svaluta e i brand non controllano più la loro strategia». Insomma, per dirla con **Matthew Drinkwater**, direttore dell'agenzia per l'innovazione del **London college of fashion**: «La tecnologia influenzerà sempre più il retail e il modo di trasmettere il piacere della moda». (riproduzione riservata)



Sopra, da sinistra, Edoardo Zegna e un momento della conferenza di Microsoft



Venti imprese storiche milanesi aprono una vetrina digitale su eBay



Foto di gruppo dei titolari delle imprese storiche

ANDREA D'AGOSTINO

Ci sono le vetrerie di Empoli in Monte Napoleone e i capi di abbigliamento di De Molfetta di corso Vercelli (entrambi prossimi a spegnere 80 candeline), ma anche la pellicceria Lagori aperta dal 1944, e le più recenti filatelia Simoni e libreria dello Sport. La più antica è invece Doniselli Cicli Martin, che da un secolo vende furgoncini e motocicli in via Procaccini. Sono alcune delle venti botteghe storiche milanesi pronte a sbarcare nell'e-commerce grazie a un progetto con eBay, Confcommercio di Milano, Lodi, Monza e Brianza e il Club delle imprese storiche. Un'iniziativa inedita nel mondo del commercio, non solo milanese. È la prima volta, infatti, che un gruppo di esercizi storici, tutti afferenti a diverse tipologie di prodotto (ci sono anche giocattoli, erboristerie, arredamento) decide di entrare nel digitale dopo aver seguito un apposito corso di formazione organizzato da una piattaforma online di vendita come eBay: obiettivo, raggiungere un bacino di oltre 177 milioni di acquirenti in

tutto il mondo. Al termine del training, le aziende hanno aperto un negozio online al sito eBay.it inserito in una pagina dedicata; ora saranno identificabili tramite una vetrofania personalizzata con indirizzo del negozio online e il Qr code corrispondente.

Secondo i dati di Confcommercio, le imprese lombarde sono tra le più digitali del nostro Paese con 1.378 realtà che vendono online e oltre 4mila addetti; la regione è anche ai primi posti in Italia per numero di imprese che esportano su eBay, in crescita del 65% negli ultimi cinque anni. Dati destinati ad aumentare con questa iniziativa; d'altronde, spiega Susana Voces, General manager di eBay in Italia e Spagna, «oggi quasi sette venditori italiani su 10 esportano i loro prodotti attraverso la nostra piattaforma». Tuttavia, nell'e-commerce c'è ancora un potenziale inespresso, soprattutto da parte delle imprese tradizionali. Ma proprio per questo motivo, dichiara Alfredo Zini, coordinatore del Club imprese storiche, «è il momento ideale per entrare nel mercato del commercio elettronico».



CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Alibaba: si dimette il presidente della divisione media&entertainment. Il presidente della divisione video-streaming di Alibaba ha dato le sue dimissioni dopo l'avvio di un'indagine a suo carico per l'accusa di aver accettato pagamenti illeciti. Il 44enne Yang Weidong è stato sostituito da Fan Luyuan che aveva assunto il suo ruolo come presidente di turno della divisione digital media and entertainment il mese scorso. La riorganizzazione del management da parte di Alibaba è arrivata in seguito agli ingenti investimenti da parte dei giganti Tencent e Baidu in contenuti video online. Lo ha riportato il Wall Street Journal.



RAPPORTO FATTURAZIONE ELETTRONICA

Pagare o incassare con un click La soluzione di PayPal e Aruba

Il traghettamento delle imprese e dei professionisti italiani all'era della fatturazione elettronica B2B rappresenta un business ricco e attrattivo per tutti i provider di servizi e applicativi gestionali, ma anche per operatori attivi nei servizi di pagamento, comprese le big tech sempre più attente ed efficaci nel fornire servizi a valore aggiunto alle imprese. Ultimo esempio, il recente annuncio della partnership tra PayPal e Aruba: la piattaforma per i pagamenti digitali di PayPal sarà integrata all'interno del software Fatturazione Elettronica di Aruba per permettere alle aziende di incassare o pagare le fatture elettroniche direttamente dal proprio account PayPal con soli pochi click, semplificando così i passaggi di execution. «La digitalizzazione che è in corso nel nostro Paese è un'opportunità straordinaria per le realtà imprenditoriali di ogni dimensione e settore» ha dichiarato **Gabriele Sposato**, Marketing Director B.U. Hosting e eSecurity di Aruba: «Grazie alla partnership con PayPal, la soluzione di fatturazione elettronica di Aruba integra oggi tale metodo di incasso. Con questa funzionalità aiutiamo i nostri clienti a rendere i propri flussi di lavoro ancora più efficienti; infatti, il risparmio di risorse economiche e di tempo nella gestione elettronica della fatturazione attraverso piattaforme integrate come questa, consentirà alle aziende italiane di focalizzarsi maggiormente sul proprio business». Mentre ancora si attendono le mosse di Amazon su questo scenario (la fatturazione tra aziende è già gestita da Amazon Business, la marcia in più potrebbe darla l'implementazione di un servizio apposito su Amazon Web Services), guarda ai commercialisti e ai consulenti del lavoro il colosso olandese Wolters Kluwer, che propone ai professionisti webinar formativi per rispondere in maniera completa alle esigenze dei loro clienti. (riproduzione riservata)



Telecomunicazioni

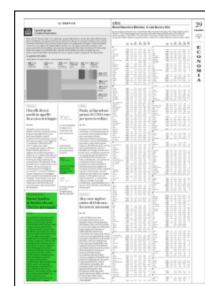
Huawei bandita da British telecom “Rischio spionaggio”

92 MLD

1 miliardi di dollari
fatturati dal
colosso cinese
nel 2017

PECHINO

Anche British Telecom scarica Huawei. La società telefonica inglese ha dichiarato che nei prossimi due anni eliminerà tutti i componenti prodotti dalla società cinese dal “cuore” delle sue attuali reti mobili, 3G e 4G, e che la escluderà dai fornitori del 5G. Così, dopo essere stata bandita da Usa, Australia e Nuova Zelanda, sempre per timore che i suoi dispositivi possano essere usati da spie o hacker, Huawei deve fronteggiare un nuovo problema nel Regno Unito dove lavora da molti anni. Il capo dell'intelligence britannica ha detto che il governo dovrà decidere al più presto se escluderla per decreto dalle aste del 5G, una tecnologia più difficilmente controllabile di quelle attuali. In quel caso salirebbe la pressione anche sugli altri alleati europei degli Usa, Italia compresa, a cui Washington ha già chiesto di rifornirsi altrove. – **f.sant.**



Paolo Dario è il profeta della biorobotica, cioè gli umanoidi che ci terremo accanto

Robot come colf ma anche amante

Ecco perché il settore va accompagnato da norme etiche

Per Dario la robotica consente conquiste in campo medico: «Sono realtà molti progetti che erano sogni: le mani bioniche per persone amputate, la possibilità di camminare con lesioni al midollo spinale. Prima o poi arriveremo al cuore»

«L'industria 4.0 è un inseguimento, all'estero sono partiti da tempo, dice Dario. «Noi vogliamo essere leader. I tedeschi si fanno pagare di più i prodotti, perché li ammantano di qualità, affidabilità, robustezza, ambiente. Cose che hanno un valore»

DI CARLO VALENTINI

Anche i robot hanno un cuore. Paolo Dario ne è talmente convinto che è diventato il profeta della biorobotica, ovvero una robotica a misura d'uomo, affascinante, coinvolgente, creativa, che toglie fatica e ripetitività ma non posti di lavoro, ovvero ricrea quelli che vengono cancellati. Dice: «Il robot aiuta l'uomo, senza sostituirlo, magari svolgendo operazioni che richiedono più forza, mentre l'uomo può svolgere operazioni che richiedono più intelligenza, esperienza. In questo rapporto l'uomo potrà mettere in gioco maggiormente le sue capacità».

Lui vede un futuro popolato da robot, quelli impersonali utilizzati nelle fabbriche e quelli umanoidi che potremo tenerci accanto. Se si dice a Paolo Dario che è fantascienza si inalbera. La robotica è già tra noi: «Sulla parte cognitiva ci sono ancora grandi difficoltà nel trasferimento delle abilità umane ai robot», afferma, «anche se è tutto molto relativo. Non credo sia necessario avere a casa una cameriera-robot o un maggiordomo-robot intelligentissimi. I robot domestici potranno essere programmati attraverso una fase di training di base, in fabbrica, nella quale si insegneranno loro le abilità di base (per esempio cucire, spolverare, lavare i pavimenti, cucinare), a cui farà seguito una fase di addestramento nella loro vera casa, nel corso

della quale verranno illustrati gli ambienti nei quali lavoreranno, compresi i pericoli reali o potenziali ai quali andranno incontro (es. pestare accidentalmente il gatto...). Penso che a molta gente darebbero quasi fastidio collaboratori domestici troppo intelligenti. Le stime di mercato per i robot umanoidi sembrano allettanti e quindi per l'industria si aprono spazi importanti».

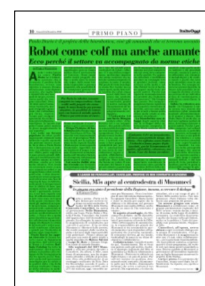
Paolo Dario ha appena ricevuto la laurea *honoris causa* in Ingegneria biomedica dall'università di Roma e il rettore **Raffaele Calabrò** ha letto la motivazione: «Per il suo contributo scientifico allo sviluppo della bioingegneria che ha aperto nuove frontiere anche dell'innovazione tecnologica per la salute e la qualità della vita della persona mediante l'impiego della robotica in medicina». Si perché la robotica sta consentendo conquiste significative pure in campo medico. Dice il neo-laureato *ad honorem*: «Sono ormai realtà molti progetti che fino a pochi anni fa erano solo sogni: dalle mani bioniche impiantate a persone amputate, alla possibilità di far camminare persone con lesioni al midollo spinale. Siamo studiando il cuore e prima o poi ci arriveremo».

Dirige l'Istituto di biorobotica della Scuola superiore Sant'Anna di Pisa. Ha ricevuto vari riconoscimenti tra cui il prestigioso Welltech Award, per la realizzazione della capsula Emiloc (Endoscopic microcapsule locomotion), ingeribile con un bicchiere d'acqua e capace di muoversi autonomamente nell'intestino fornendo

al computer informazioni preziose per il medico.

Lui non ha dubbi: stiamo vivendo una rivoluzione tecnologica con due facce: il software e i robot. «L'Italia è uno dei grandi paesi costruttori di robot», afferma. «C'è una diffusa competenza, moltissime imprese che sanno costruire sia robot che sistemi integrati e li vendono in tutto il mondo. Dal punto di vista tecnologico siamo fra i leader, ma se siamo messi molto bene nella vendita dei robot siamo assai deficitari sul piano dei prodotti nuovi, profondamente innovativi, perché il nostro sistema di finanziamento all'investimento non è adeguatamente sviluppato».

L'industria 4.0 non basta. Bisogna andare oltre. «L'industria 4.0 è un inseguimento», dice poiché all'estero sono partiti da tempo, e a me non piacciono gli inseguimenti. Noi vogliamo essere leader: non «me too», ma «me first». I tedeschi riescono a farsi pagare i prodotti di più, perché li ammantano di una serie di considerazioni legate a qualità, affidabilità, design, robustezza, ambiente. Sono tutte cose che hanno un valore. Il consumatore del futuro è sempre più attento a questo tipo di cose, non soltanto al costo. E comunque l'industria italiana non può competere solo sul costo, deve competere sulla qualità. Un approccio articolato e multiforme può dare un vantaggio vero



ai prodotti italiani, come avviene nella moda e nel cibo. Settori in cui ci facciamo pagare molto bene per questi motivi. Perché non ripeterlo sistematicamente nei prodotti che l'industria può generare? Ma bisogna fare presto. Per esempio i giapponesi hanno registrato una quantità sterminata di brevetti, così ora sono molto più avanti e hanno anche chiuso molte strade ai concorrenti ritardatari».

La biorobotica non rifugge dagli aspetti etici che lo sviluppo della robotizzazione comporta. E Paolo Dario sostiene che il problema va affrontato: «È importante considerare la dimensione etica, perché la questione dell'uso della tecnologia robotica in contesti sensibili, come quello medico, militare o dei giocattoli sessuali, comincia a porsi, e va affrontato con strumenti metodologici e di analisi simili a quelli che sono stati introdotti anni fa per la bioetica. Per esempio attraverso protesi bioniche in futuro sarà possibile inviare impulsi elettrici al sistema nervoso di un individuo al fine di condizionarne o addirittura controllarne la volontà».

Infine la robotica sessuale. «In Giappone è stata creata una società che costruisce robot umanoidi destinati all'intrattenimento di uomini e donne», dice Paolo Dario. E credo che, se davvero vogliamo parlare di etica, dovremmo pensare a questi ambiti. Perché è possibile comprare veri schiavi sessuali, si potrebbe pensare, nel peggiore dei casi, a una pedofilia robotica e a varie perversioni ottenibili con super-bambole o bamboli. La storia della pornografia insegna che questo potrebbe diventare un mercato enorme e dare luogo a comportamenti diffusi, e dal mio punto di vista, pericolosi e insidiosi, perché la gente si alienerebbe sempre di più».

Twitter: @cavalent

Gli editori a Google: «Tavolo sul copyright solo se c'è la riforma»

INTERVISTA

CARLO PERRONE

**Il presidente Enpa:
«Non arrivare al via libera
sarebbe dannoso per tutti»**

**«Va trovata una soluzione
per gli aggregatori
e i motori di ricerca»**

Andrea Biondi

Selo si interroga sul finale di partita, Carlo Perrone esprime fiducia sul *The End*. Non fiducia cieca, beninteso. Il presidente Enpa – l'associazione degli editori europei di cui fa parte anche la Fieg – sembra più che altro esorcizzare il possibile finale a vuoto per la riforma europea del copyright sulla quale il 13 dicembre si terrà un "round negoziale" fra istituzioni europee: «Non arrivare a un via libera ora sarebbe paradossale, oltre che pericoloso per il mondo dell'editoria». Piuttosto, se ci sarà da ragionare con i player come Google o Facebook, come rilanciato da Richard Gingras, vicepresidente News di Google (si veda *Il Sole 24 Ore* del 30 novembre), «lo si potrà fare. Ma solo ad approvazione della riforma avvenuta».

Perrone, 62 anni, azionista e consigliere d'amministrazione di Gedi, l'ex Gruppo Espresso cui ha portato in dote il Secolo XIX, sa che quella che si sta giocando è una partita serratissima, con una contrapposizione fra produttori di contenuti (favorevoli alla riforma) e piattaforme che agevolano la diffusione dei testi (contrari). A far da detonatore gli articoli 11 e 13 del testo. Il primo prevede per le piattaforme l'obbligo di pagare gli editori per la pubblicazione degli "snippet": titolo e prime righe di articoli che si leggono online. L'articolo 13 richiede invece a piattaforme di largo utilizzo (YouTube o Instagram ad esempio) di installare dei filtri (upload filter) che impediscano di caricare materiale protetto da copyright. «Certo, è una partita serrata. E ci sono due rischi che corriamo».

Quali rischi?

Innanzitutto che venga vanificato un voto del Parlamento Ue, quello del 12 settembre, che di per sé è storico con un ok alla proposta di direttiva ottenuta con una maggioranza anche sorprendente. Il secondo rischio è di avere una riforma gattopardesca, in cui per esempio il via libera potrebbe arrivare estromettendo il pagamento per gli snippet. Mi sembra però che a livello europeo ci sia, malgrado una posizione diversa del Governo italiano, una volontà politica forte di trovare una soluzione, a tutela del pluralismo dell'informazione.

Ma lei crede questa riforma davvero in grado di risolvere le sorti del settore editoriale?

Di sicuro sarebbe un segnale importante. Negli ultimi anni la stampa cartacea ha avuto un forte declino. In questi stessi anni però tutti gli editori hanno massicciamente investito sul digitale, in termini di risorse economiche e umane. Se vogliamo dare un futuro a questo ecosistema, occorre arrivare a una riforma del copyright e non c'è alternativa. Tra l'altro solo una stampa forte è una barriera contro le fake news. Se i Gafa (Google, Facebook, Apple e Amazon, ndr.) vogliono sedersi a un tavolo con noi va bene. Ma solo dopo l'approvazione della riforma e dopo aver accettato di remunerare in maniera adeguata il mondo dell'editoria.

Mi sembra che non sia aria. Anzi: Gingras non ha escluso la possibile chiusura di Google News.

Google News rappresenta un traffico che per noi editori varia fra il 5 e il 15 per cento. Il vero problema sono i motori di ricerca e gli aggregatori. Lì una soluzione va trovata. Vanno trovati meccanismi per arrivare a una remunerazione equa per i produttori di contenuti.

Lo stesso vicepresidente di Google News ha però segnalato che ogni articolo sia remunerato fra i 3 e i 5 eurocent e che Google è da considerare a fianco degli editori per il traffico che veicola.

Ripeto: va trovata un'equa ripartizione dei ricavi. Quelli pubblicitari sono fagocitati a livello europeo dai Gafa, in particolare da Google e Facebook.

È interesse di tutti avere una stampa sostenibile per il futuro; è importante per la democrazia e per il pluralismo.

I colossi del web stanno comunque facendo un'azione lobbistica molto forte.

È una guerra di Davide contro Golia. Faccio però presente che non è una battaglia solo degli editori. C'è stata un'enorme mobilitazione, del mondo della creatività, dei giornalisti. Per questo dico che sarebbe paradossale non arrivare a un risultato.

Gli editori non hanno da fare autocritica? A concedere gratuitamente sui propri siti i contenuti sono stati e sono proprio gli editori.

È però altrettanto vero che sono anni che ormai chiediamo una tutela per il mondo dell'editoria. Oggi l'occasione è da non sprecare perché se ne sta ragionando a livello Ue e solo la forza di 400 milioni di cittadini e consumatori europei può spingere i colossi del web a sedersi a un tavolo. I singoli Stati, come dimostra il caso spagnolo (dove Google News ha chiuso i battenti, ndr.), non possono fare granché da soli.

Dovesse scadere il tempo con la fine della legislatura europea prima dell'approvazione della direttiva?

Il mondo dell'editoria è in forte sofferenza e rimandare vorrebbe dire acuire la crisi. È vero, non resta molto tempo. Ma dal canto nostro ci stiamo battendo con la speranza di arrivare all'approvazione della direttiva entro la legislatura. Dopo il voto in Parlamento, le Istituzioni Europee non possono abdicare alla loro sovranità indebolendo ulteriormente il ruolo della libera stampa nel dibattito democratico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Editori europei. L'Italiano Carlo Perrone è il presidente dell'associazione Enpa di cui fa parte anche Fieg

I consiglieri Vivendi pronti a chiedere l'assemblea Telecom

LA CONTESA TRA SOCI

Al board Genish porterà le preoccupazioni dei fondi, tra i quali anche BlackRock

Il sollecito dei sindaci sulla scelta dei revisori divide il fronte Elliott

Antonella Olivieri

I "francesi" si preparano allo showdown al consiglio Telecom che si riunisce questa mattina a Roma. Pronti a passare dalle parole ai fatti con un tatticismo studiato a tavolino con i loro legali. Vivendi non vuole chiamare direttamente l'assemblea per ristabilire l'ordine, dopo la denuncia della governance "disordinata" attribuita all'iniziativa del fondo attivista Elliott che li ha portati a essere minoranza in cda: siamo su un aereo al decollo senza un pilota affidabile, ha detto in settimana un portavoce da Parigi. Il "pretesto" dunque resterà la convocazione di un'assemblea, prima di quella di bilancio della primavera, per procedere alla nomina dei revisori. Proprio Vivendi, forse strumentalmente in dissenso con le indicazioni del collegio sindacale, aveva impedito che si nominasse la società di revisione con l'anticipo opportuno di un anno. E, in teoria, vincoli legali a nominare il nuovo revisore contemporaneamente alla scadenza del vecchio non ce ne sono.

Ma il collegio sindacale, presieduto da Roberto Capone, ha «raccomandato» che si proceda in tempi rapidi. Forte di questa posizione dell'organo di controllo, i cinque amministratori espressi da Vivendi si sono accodati nel sollecitare la convocazione degli azionisti. Oggi però l'ex ad sfiduciato Amos Genish, a supporto di questa istanza, potrebbe rappresentare al board le preoccupazioni di un gruppo di fondi - tra i quali ci sarebbe in primis Blackrock, che complessivamente detiene una quota di poco inferiore al 5% - con i

quali ha tenuto contatti anche dopo la sua defenestrazione, raccogliendo perplessità sull'incognita delle conseguenze del repentino cambio al vertice per le strategie Telecom.

Se la richiesta di assemblea fosse avanzata formalmente in consiglio - come pare - sarebbe impegnativo dire di no alla minoranza del consiglio, che però rappresenta la maggioranza relativa dell'azionariato ordinario con la quota del 23,94%, tanto più se accompagnata dalla posizione di una rappresentanza qualificata di mercato e con l'abbrivio della raccomandazione dei sindaci. Nella compagine di maggioranza, dei consiglieri in quota Elliott, qualcuno in tempi non sospetti aveva sostenuto l'esigenza di ridare la parola ai soci prima di avvicinare Genish, la cui cooptazione in consiglio aveva ottenuto il consenso plebiscitario del 98% del capitale presente all'assemblea di aprile, incluso il fondo di Paul Singer. Con questa motivazione l'ex top manager Telecom Rocco Sabelli si era sottratto al pressing degli altri consiglieri perché accettasse l'incarico di amministratore delegato al posto di Genish. Ma Sabelli potrebbe non essere l'unico dello schieramento a nutrire dubbi sul rinvio dell'assemblea, quantomeno per non ritardare la nomina dei revisori.

Il consiglio di oggi dovrebbe approvare il calendario societario per il prossimo anno e dunque la questione dell'assemblea potrebbe essere inserita in questo contesto. Se comunque la richiesta non fosse ammessa ai voti del board o se fosse respinta, Vivendi a questo punto sarebbe pronta a chiedere la convocazione dei soci in qualità di azionista e ne avrebbe tutti i diritti visto che basta il 5% per farlo.

La posizione espressa ieri dal vertice della Cdp - nessuno sta studiando il dossier Tim, non ci sono interlocuzioni con altri soci né con la compagnia telefonica - è suonata "neutrale". Quel 5% istituzionale - come si è visto - è in grado di per sé di fare la differenza semmai si dovesse andare a una nuova conta tra i soci.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Il dossier Telecom. Oggi la riunione del cda a Roma

Il rilancio di Cassa depositi e prestiti: spinta da 200 miliardi sulla crescita

Palermo: piano per l'Italia. Tria: Cdp attore e non strumento di politica industriale

Guzzetti

Imperativo mantenere una prudente amministrazione del risparmio postale

Patti chiari su ciò che non si può fare: entrare in Alitalia, per esempio, o in società in disequilibrio finanziario mettendo a rischio il risparmio postale di 26 milioni di italiani o riducendo i dividendi delle fondazioni bancarie azioniste. Apertura sulla rete unica Tim-Open Fiber. Una linea meno finanziaria e più industriale. E un obiettivo: 203 miliardi di euro di risorse attivate, di concerto con i privati, nei prossimi tre anni, il 32% in più rispetto al 2016-2018. Di questi, 83 miliardi destinati a 60 mila imprese, 25 miliardi a infrastrutture, pubblica amministrazione e territorio e 3 miliardi alla cooperazione.

L'atteso piano industriale 2019-2021 della nuova Cassa depositi e prestiti («Dall'Italia per l'Italia»), con al timone Fabrizio Palermo amministratore delegato e Massimo Tononi presidente, è stato presentato ieri a Roma alla presenza di Giovanni Tria, ministro dell'Economia (il dica-

stero è azionista all'83%), e Giuseppe Guzzetti, presidente dell'Acri. La sede era quella già dell'Iri, in via Veneto, ma il vertice ha voluto sottolineare che la Cdp non ne sarà la riedizione e che vuole concentrarsi su industria, territorio, riqualificazione urbana, promozione delle infrastrutture anche con i Comuni. Riorganizzando il portafoglio partecipazioni.

Dei 203 miliardi annunciati, la Cdp — che ha quote in società come Eni, Poste, Terna e Snam, Fincantieri e Italgas — prevede di mobilitarne direttamente 111 (+23% dal triennio precedente): messi a disposizione con «finanziamenti e titoli, garanzie, equity o tramite la gestione di risorse di terzi, ad esempio di fondi pubblici». «È un passo importante nel rilancio degli investimenti per l'economia italiana — ha detto Tria —. L'obiettivo è riportare la quota di investimenti pubblici al 3% del Pil e della politica industriale la Cdp è un attore, non uno strumento». Guzzetti ha fatto leva su «redditività degli investimenti e territorio, inclusione sociale». «L'imperativo categorico è mantenere

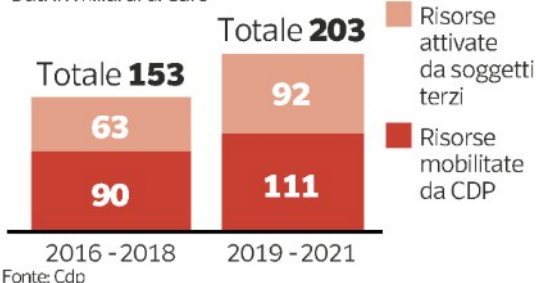
una prudente gestione, diamo il nostro convinto sostegno a questo piano», ha detto. «Cdp ha 420 miliardi di attivo e partecipazioni per 33 miliardi — ha detto Palermo —. Siamo il primo investitore in Borsa, tutto con 250 miliardi di risparmio postale. Ogni nostro intervento è dettato dalla sostenibilità economica e finanziaria». «Alitalia non è sul tavolo», ha aggiunto poi Tononi che ha preso le distanze anche dalla possibilità di un incremento in Telecom (Cdp ne ha il 5% e ha anche il 50% della Open Fiber della banda ultralarga): «Qui nessuno ha il dossier Tim all'esame». Ma sulla ipotesi della rete unica Tim-Of per il web veloce offre una sponda: «Le misure del governo sono ragionevoli, duplicare è uno spreco di risorse». Il vicepremier Luigi Di Maio ha definito il piano «una buona notizia». Fra le novità, la porta unica, anche digitale, per le imprese, con un solo referente di gruppo anche per l'internazionalizzazione con Sace Simest. E la nascita di due nuove unità, la Fondi Equity destinata anche al venture capital e la Cdp Infrastrutture.

Alessandra Puato

© RIPRODUZIONE RISERVATA

GLI INVESTIMENTI

Dati in miliardi di euro



NEI TRE ANNI



Corriere della Sera



Il vertice

tore delegato, Fabrizio Palermo. Ieri è stato presentato il piano industriale della Cdp, che prevede forti investimenti per aiutare la crescita.



● Il presidente della Cassa Depositi e prestiti, Massimo Tononi e, nella foto sopra, l'amministra-

● Attualmente il gruppo detiene partecipazioni industriali e finanziarie per un controvalore di 50 miliardi.