

## Rassegna del 01/03/2018

\*\*\*

<b>Corriere della Sera</b>	<b>30</b> Amazon, un miliardo per Ring La sfida della «consegna sicura»	<i>Sabella Marco</i>	<b>1</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>29</b> Amazon, un miliardo sulla domotica - Amazon, un miliardo sulla «casa intelligente»	<i>Valsania Marco</i>	<b>2</b>
<b>Repubblica</b>	<b>34</b> Se la tecnologia in casa minaccia la nostra privacy	<i>De Martin Juan Carlos</i>	<b>4</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>29</b> Samsung Pay al via: «Con noi il 60% delle carte in Italia»	<i>Salvioli Luca</i>	<b>5</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>21</b> Un miliardo di vittime del Cybercrime	<i>Morosi Silvia</i>	<b>6</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>6</b> Cybersecurity, le regole per i servizi essenziali - Cybersecurity, nuove regole per le imprese	<i>Ludovico Marco</i>	<b>7</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>6</b> Il giro di vite può far crescere il mercato delle polizze	<i>Pezzatti Federica</i>	<b>9</b>
<b>Foglio Inserto</b>	<b>4</b> Sviluppo e futuro, i due grandi assenti dai programmi elettorali	<i>Quintarelli Stefano</i>	<b>10</b>
<b>Foglio Inserto</b>	<b>3</b> Cultura digitale	<i>Nicolich Stefania</i>	<b>11</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>30</b> Ricerca 4.0 con spese doc	<i>De Stefanis Cinzia</i>	<b>12</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>20</b> Brand e influencer senza sorprese La pubblicità deve essere chiara e l'azienda deve vigilare	<i>Secchi Andrea</i>	<b>13</b>
<b>Mf</b>	<b>10</b> Focus oggi Stop alla battaglia in Brasile Tim sigla accordo con Oi - Tim fa pace con Oi in Brasile	<i>Follis Manuel</i>	<b>14</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>12</b> Slitta la firma sulla gestione del personale di Telecom - Esuberi Telecom Intesa rinviata - Esuberi Telecom, accordo rinviato	<i>Casadei Cristina</i>	<b>15</b>
<b>Messaggero</b>	<b>17</b> Asta Persidera, gli americani pronti all'offerta vincolante	<i>r.dim</i>	<b>17</b>
<b>ESTERA</b>			
<b>Figaro</b>	<b>26</b> I chioschi digitali degli operatori si adattano all'IVA	<i>Woitier Chloé</i>	<b>18</b>

# Amazon, un miliardo per Ring

## La sfida della «consegna sicura»

L'acquisto della società californiana di videocamere e porte connesse via web

Consegnare i prodotti a domicilio anche quando i proprietari sono fuori casa. È con questo obiettivo che Amazon, il colosso mondiale del commercio elettronico, con sede a Seattle, negli Stati Uniti, ha deciso di acquistare Ring un produttore californiano di videocamere e campanelli per le porte di ingresso collegati via internet. È lo stesso gruppo fondato da Jeff Bezos a rendere nota l'operazione che, secondo indiscrezioni, raggiungerebbe il valore di un miliardo di dollari ed è dunque una delle più rilevanti mai realizzate dal gigante dell'e-commerce dopo l'acquisto della catena di supermercati statunitense Whole Foods lo scorso giugno per 13,7 miliardi di dollari.

L'acquisto di Ring è una tappa importante dopo il lancio, da parte di Amazon, del programma per consegne direttamente dentro casa grazie a videocamere e serrature intelligenti già testato nel 2017.

Amazon infatti l'anno scorso aveva lanciato Amazon Key, un servizio che permette ai corrieri di Amazon di aprire la porta d'ingresso di casa e riporre in sicurezza i pacchi nelle abitazioni, anche in assenza dei padroni di casa.

Ecco perché l'acquisizione di Ring si inserisce armonicamente nello sviluppo di questa strategia di consegna a domicilio. «I prodotti e i servizi per la sicurezza della casa di Ring sono stati molto apprezzati dai clienti. Siamo lieti di poter lavorare con questa squadra e di contribuire a tenere al sicuro le case», ha sottolineato una fonte di Amazon. I campanelli «intelligenti» di Ring che permettono di vedere chi c'è alla porta anche in remoto erano l'anello mancante di questa catena di valore. Ma c'è di più. «Ring è impegnata nella missione di ridurre il crimine nei quartieri, fornendo strumenti di sicurezza per la casa certificati e accessibili. «Saremo in grado di ottenere ancora di più gra-

zie alla partnership con Amazon», ha dichiarato la società acquisita. Ad Amazon si schiude quindi la possibilità di entrare in una nuova area di business limitrofa a quella delle consegne sicure e basata sulla messa a punto di sistemi di sicurezza di quartiere.

Il tempismo dell'operazione è dettato dalla possibilità che possa presto emergere un leader in questo mercato, dopo che Alphabet, nel 2014 aveva acquistato Nest Labs, un produttore di sistemi di allarme connessi in rete. Il titolo Amazon a Wall Street ha assorbito la notizia senza particolari sussulti. La società, che ha raggiunto una capitalizzazione di 737 miliardi di dollari e che da novembre 2017 a oggi ha incrementato di un terzo le sue quotazioni di Borsa passando da circa 950 dollari agli attuali 1.520, ha registrato ieri un modesto rialzo di poco superiore allo 0,5%.

**Marco Sabella**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### 737

miliardi di dollari la capitalizzazione di ieri di Amazon, il gruppo fondato a Seattle da Jeff Bezos nel 1994

### 13,7

miliardi il valore dell'acquisizione di Whole Foods, catena di supermercati statunitensi rilevata lo scorso giugno

### 60,5

miliardi di dollari i ricavi di Amazon nell'ultimo trimestre del 2017. Utili più che raddoppiati a 1,9 miliardi

### Controllo

Amazon aveva già messo a punto un sistema di sicurezza per le consegne attraverso la Amazon Key. Adesso la verifica in remoto degli accessi sarà possibile anche via web



## ACQUISIZIONI

**Amazon, un miliardo sulla domotica**

Marco Valsania ▶ pagina 29

**Hi tech.** Ancora diversificazione: il colosso dell'e-commerce rileva il gruppo Ring

# Amazon, un miliardo sulla «casa intelligente»

Nel mirino campanelli e videocamere connessi a internet

**IL DEAL**

Acquisizione con un «premio» di almeno il 30%: si tratta di una delle più grandi operazioni messe a segno finora da Jeff Bezos

**Marco Valsania**

NEW YORK

Un campanello da un miliardo alla porta per ricevere consegne in casa. Ma un campanello intelligente e sicuro, cortesia di Ring. Amazon, il colosso americano dell'e-commerce e di internet, ha deciso di far scattare la sua ultima acquisizione senza badare a spese per rafforzare uno dei suoi business in forte espansione: in questo caso, nonostante il nome semplice, si tratta in realtà ancora una volta di una tecnologia d'avanguardia. Ring promette di consentire un agevole accesso in casa per depositare pacchi o fornire servizi ma con garanzie di protezione e sofisticati sistemi di sicurezza che rassicurano clienti e consumatori.

Amazon ha già fatto sapere di voler fare concorrenza a tradizionali corrieri e leader della logistica quali Ups e Federal Express - con il servizio «Shipping with Amazon» oggi in fase di lancio - e la nuova tecnologia potrebbe sostenere simili ambizioni. La sua attuale foga di crescita è indubbia: oggi la vede impegnata in attività diversificate, ma ad elevato contenuto tech, che vanno dai servizi sanitari, dove è alleata a JP Mor-

gan e Berkshire Hathaway, alla produzione cinematografica e allo streaming, fino al cloud computing. In programma ha oggi anche la costruzione di un secondo quartier generale oltre a quello storico di Seattle in una città tuttora da scegliere. L'arrivo di Ring nel suo portafoglio di asset rappresenta adesso anche una escalation della sfida diretta ad altri protagonisti hi-tech: entrerà in concorrenza diretta con i servizi di sicurezza di Google targati Nest Security.

Ring ha messo a punto e porta in dote un sempre più popolare «smart doorbell» sul quale Amazon aveva in realtà già cominciato a scommettere: aveva investito nella startup attraverso il suo Alexa Fund. Più in dettaglio in gioco sono campanelli con capacità video, microfoni, connettività internet e aggiuntive reti di telecamere digitali di sicurezza che consentono a utente, ovunque sia, e fornitore di servizi, di comunicare e gestire ingressi in casa.

Ring finora aveva rastrellato in tutto 443,9 milioni ed era valutato 760 milioni, vale a dire che Amazon pur di aggiudicarsi la società, della quale dovrebbe preservare la gestione indipendente, ha accettato di versare un premio pari ad almeno un terzo. E con voci che indicano che potrebbe a conti fatti aver pagato anche più di un miliardo, la cattura di Ring diventa a pieno titolo non solo la più recente ma anche una delle più grandi acquisizioni messe a segno dal co-

losso di Jeff Bezos nella sua storia.

Il portavoce di Ring, guidata dal chief executive Jamie Siminoff, hanno confermato operazione e obiettivi strategici. «Saremo in grado di ottenere risultati ancora migliori grazie a un'azienda innovativa e imperniata sui consumatori quale Amazon. Siamo entusiasti di diventare parte della squadra di Amazon per sviluppare la nostra visione di quartieri più sicuri». Simile la presa di posizione ottimistica di Amazon: «I servizi e prodotti per la sicurezza delle abitazioni di Ring sono stati accolti fin da subito con fiducia dai consumatori. Siamo soddisfatti di poter lavorare assieme».

Che non si tratti d'una mossa casuale lo dimostrano altri passi compiuti in questi anni prima del nuovo exploit. Nel medesimo segmento di consegna in casa e servizi di sicurezza Amazon ha da tempo orchestrato partnership con produttori di serrature e lucchetti quali Kwikset e Yale e ha rilevato la società di telecamere «smart» Blink. Tutto nell'ambito del decollo di un programma di



consegne in-home, dentro la porta di casa, battezzato Amazon Key. Un programma attivo e che consente l'accesso ad abitazioni attraverso tecnologie «mobili» ma che ha conosciuto difficoltà, quali interferenze con tradizionali sistemi di allarme.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Focus sulla domotica.**

I prodotti Echo ed Echo Plus (altoparlanti intelligenti) già distribuiti da Amazon. Ieri il nuovo step con l'acquisto del gruppo Ring

Amazon compra Ring

## SE LA TECNOLOGIA IN CASA MINACCIA LA NOSTRA PRIVACY

*Juan Carlos De Martin*

L'acquisto di Ring - azienda che produce campanelli di casa e telecamere domestiche - da parte di Amazon deve farci riflettere sul percorso che

hanno fatto i computer dalla nascita dei primi PC ormai oltre 40 anni fa. Da scatolone fermo sotto la scrivania il computer diventò presto portatile, e così si avvicinò al nostro corpo. Con l'avvento dello smartphone il computer si è ulteriormente avvicinato al nostro corpo, mentre con gli "orologi smart" si sta facendo un passo ulteriore: si tratta, infatti, di computer costantemente a contatto col nostro corpo, e quindi in grado di misurare in tempo reale grandezze corporee come il battito cardiaco.

Questa crescente intimità fisica con i nostri computer, oltre a rendere possibili sviluppi utili, pone già adesso però notevoli problemi di privacy. I dati raccolti, infatti, non solo riguardano aspetti molto delicati della nostra vita, ma vengono anche sistematicamente inviati ai computer delle aziende che producono i dispositivi e le "app".

Non è tutto, però. Al progressivo avvicinamento al nostro corpo dei computer si sta affiancando la tendenza all'installazione di ulteriori PC, ma questa volta nell'intimità delle nostre case.

Possono essere campanelli "smart" come quelli di Ring (magari utilizzabili per aprire la porta al fattorino di Amazon), ma sono soprattutto prodotti come Alexa di Amazon, oggetti dal design gradevole, che sono computer connessi a Internet e dotati di "voce", "occhi", "orecchie" e altri sensori. L'obiettivo è quello di essere costantemente presenti nell'intimità della vita domestica, offrendo alcuni servizi in maniera più intuitiva di quanto non si riuscirebbe a fare con gli smartphone. Questi nuovi dispositivi, infatti, possono accettare comandi vocali

e, quindi, mentre si gira per casa, si può chiedere, per esempio, di sentire una certa canzone o si può comprare un prodotto online. Inoltre, si può controllare la temperatura ambientale o aprire la porta di casa per ricevere un pacco.

Col progredire della tecnologia questi dispositivi hanno il potenziale di rendere la nostra vita domestica un po' più comoda. Dobbiamo interrogarci però, prima della loro adozione di massa, sulle implicazioni di avere nell'intimità delle nostre case dispositivi che possono controllare aspetti fisici come le porte o che registrano tutto quello che avviene intorno a loro e lo inviano a computer remoti posseduti dall'azienda che ha prodotto il dispositivo. In cambio di qualche piccola comodità in più siamo pronti a permettere la registrazione su vasta scala della nostra vita domestica? Abbiamo pensato alle implicazioni di avere registrazioni intime accessibili non solo alle autorità, ma anche a malintenzionati che buccassero le difese informatiche delle aziende? Se sono servizi che ci interessano, perché non controproporre un approccio alternativo? Un approccio che minimizzi sia i dati raccolti, sia il trasferimento dei dati lontano dal dispositivo. Sarebbe tecnicamente fattibile. La privacy, infatti, non è morta: semplicemente c'è qualcuno a cui farebbe molto comodo che lo fosse. Sta a noi curarne la salute. E un modo per farlo è quello di avere presente che c'è sempre più di un modo di mettere in campo una determinata tecnologia. Sta a noi collettivamente chiedere che si scelgano modi che massimizzano il benessere generale, invece che l'interesse economico di pochi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Juan Carlos De Martin, ingegnere, insegna informatica e cultura digitale al Politecnico di Torino. Il suo ultimo libro è "Università futura" (Codice Edizioni). Sito: demartin.polito.it.



**Pagamenti.** Carlo Barlocco, presidente in Italia

# Samsung Pay al via: «Con noi il 60% delle carte in Italia»

**Luca Salvioni**

BARCELLONA. Dal nostro inviato

■ Da poche ore Samsung Pay ha silenziosamente debuttato in Italia: chi ha uno smartphone della casa coreana acquistato negli ultimi due anni - serie S, Note e A - può registrarsi al servizio, che però resta in beta e dunque ha qualche limite. Da fine marzo, con il lancio ufficiale, funzionerà nella sua versione completa. Permette di effettuare pagamenti senza tirare fuori dalla tasca il portafoglio: basta passare il telefono sul lettore Pos. Questo non prima di aver agganciato la propria carta di credito al portafoglio elettronico attraverso una registrazione da fare sulla app Samsung Pay, da scaricare sul Google Play Store.

Sono diverse le soluzioni già disponibili per i pagamenti mobili, da SatisPay ad Apple Pay, ma qui a fare la differenza sono due aspetti: Samsung sfrutta una duplice tecnologia, ovvero Mst e Nfc, con il risultato di essere utilizzabile praticamente su ogni terminale. Questo perché in Italia ci sono circa 1,4 milioni di Pos contactless (ovvero per Nfc, tecnologia di Apple Pay) su 2,2 milioni di Pos complessivi, dove arriva invece Mst (dati Osservatorio Mobile payment and commerce del Politecnico di Milano).

Poi c'è il numero di partner: «Abbiamo a bordo quasi il 60% delle carte di credito esistenti in Italia - spiega al Sole 24 Ore Carlo Barlocco, presidente di Samsung Italia, a margine del Mobile World Congress che si chiude oggi a Barcellona -. E abbiamo le principali banche, a partire da Intesa Sanpaolo e Unicredit». Spicca Intesa

Sanpaolo, che ancora non è disponibile su Apple Pay nonostante il dialogo con l'azienda di Cupertino sia in corso da mesi, visto che il servizio è arrivato in Italia a maggio. A rendere più complicato l'esito positivo delle trattative, come avvenuto in altri Paesi, è il fatto che Apple chieda una percentuale per ogni transazione.

E Samsung? «Non chiediamo una percentuale, non lo facciamo mai quando si parla di servizi. Ci concentriamo sul servizio all'utente senza generare fatturato» risponde Barlocco. Oltre ai due istituti principali Samsung ad oggi ha stretto accordi con Banca Mediolanum, Nexi, Bnl, CheBanca, Hello bank.

L'azienda coreana ha lanciato a Barcellona il Galaxy S9, il suo nuovo top di gamma che resta simile nell'aspetto ma si rinnova «dentro», a partire dalla fotocamera, e che sarà in vendita dal 16 marzo. «Diamo più importanza al contenuto, dal software per la fotocamera, che cambia il modo di comunicare, al rinnovato sistema di sicurezza, il Knox. In particolare portiamo un miglioramento nel riconoscimento dell'impronta digitale per i pagamenti», continua Barlocco. Il prezzo, dagli 899 ai 999 euro, si colloca nella parte più alta della categoria. «Quella sopra i 600 euro è di gran lunga la nostra fascia di prezzo più importante, vale circa il 60% del fatturato che facciamo con gli smartphone in Italia. Stiamo assistendo a una polarizzazione del mercato: il consumatore preferisce un prodotto di punta oppure sceglie di stare nella fascia di prezzo tra i 200 e i 349 euro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Samsung Electronics Italia.**

Il presidente Carlo Barlocco




**Il rapporto**

## Un miliardo di vittime del Cybercrime

 di **Silvia Morosi**

«Un salto quantico». Così gli esperti di Clusit, l'Associazione Italiana per la Sicurezza Informatica, hanno spiegato la trasformazione del cybercrime nel 2017. Nel Rapporto sulla sicurezza Ict è emerso un trend di crescita degli attacchi in Rete e dei danni conseguenti: oltre un miliardo le persone colpite nel mondo, con danni per 500 miliardi di dollari; una crescita del 240% degli attacchi informatici rispetto al 2011 (prima edizione del Rapporto) e del 7 per cento sul 2016; costi generati a livello mondiale dalle sole attività del crimine informatico quintuplicati dal 2011. L'Italia nel 2016, ad esempio, ha subito danni per quasi 10 miliardi di euro. Un valore dieci volte superiore a quello degli investimenti in sicurezza informatica che devono ormai rivolgersi non solo a settori come la finanza, ma anche ai privati cittadini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**ARRIVA IL COMANDO UNICO**

# Cybersecurity, le regole per i servizi essenziali

Marco Ludovico ▶ pagina 6

## Cybersecurity, nuove regole per le imprese

Multa fino a 150 mila euro - Sanzioni severe per chi non denuncia violazioni per evitare danni di immagine

### Il provvedimento

Il decreto recepisce la direttiva europea Nis  
Ora il parere delle commissioni parlamentari

### I settori strategici

Le norme riguardano operatori di servizi essenziali  
come energia, trasporti, banche, sanità e finanza

#### INTERESSI NAZIONALI

Le norme riguardano la sicurezza delle reti e dei sistemi informativi

La regia della nuova governance a Palazzo Chigi

**Marco Ludovico**

ROMA

■ Procedure, obblighi e sanzioni: palazzo Chigi detta le regole per un «livello elevato di sicurezza della rete e dei sistemi informativi». Consolida il ruolo centrale della Presidenza del Consiglio come autorità cyber con lo schema di decreto legislativo appena trasmesso alle commissioni parlamentari per il parere prescritto prima dell'ok definitivo.

Il testo definisce le regole per gli «operatori di servizi essenziali e dei fornitori di servizi digitali»: dovranno adeguarsi in modo uniforme per garantire prevenzione, difesa e tenuta contro gli attacchi. In ballo le grandi imprese di energia, trasporti, sanità, fornitura e distribuzione acqua potabile, il settore bancario e le infrastrutture dei mercati finanziari. E le infrastrutture digitali dove per «servizi digitali» il decreto annovera «mercato online, motori di ricerca online, servizi di cloud computing».

In caso di inadempienza alle nuove procedure, scattano sanzioni durissime: da un minimo di

12 mila fino a 120 mila euro - in otto ambiti di applicazione delle norme - ma nel caso di mancato rispetto di istruzioni vincolanti salgono fino a 150 mila. Atteso da tempo, il provvedimento attua la direttiva Ue n. 1148/2016 Nis (Network and Information Security). È il seguito coerente e rispecchia in pieno il decreto del 17 febbraio 2017 del presidente del Consiglio, Paolo Gentiloni, sulla nuova architettura nazionale cyber dove al centro si pone il Dis (dipartimento informazioni sicurezza). Il nuovo decreto istituisce il Csirt (Computer Security Incident Response Team) nazionale presso la Presidenza del Consiglio: sostituirà il Cert (Computer Emergency Response Team) nazionale presso il Ministero per lo sviluppo economico e il Cert-Pa operante all'Agenzia per l'Italia digitale.

Il senso strategico del provvedimento è fissare l'unicità del comando nella catena decisionale, soprattutto in caso di attacco. Gli operatori di servizi essenziali non sono individuati nel concreto dal testo: lo dovranno fare «entro il 9 novembre 2018» i ministeri di riferimento, definiti «autorità competenti Nis» dei rispettivi settori. Mise (energia e infrastrutture digitali), Infrastrutture (trasporti), Mef (settor bancario e infrastrutture dei mercati finanziari), Salute (assistenza sanitaria), Ambiente

(fornitura e distribuzione acqua potabile). Il Dis, invece, è definito «punto di contatto unico in materia di sicurezza delle reti e dei sistemi informativi» anche per «garantire la cooperazione transfrontaliera» delle autorità Nis con quelle «degli altri Stati membri» dell'Unione europea.

Dis e ministeri interessati, inoltre, «consultano» e «collaborano» con il Garante per la protezione dati personali e con «l'autorità di contrasto» ai crimini informatici, «organo centrale» del ministero dell'Interno guidato da Marco Minniti, vale a dire la Polizia postale e delle telecomunicazioni presso il dipartimento di Pubblica sicurezza. Prevista anche una «cooperazione a livello nazionale» con Regioni e Province autonome attraverso un «comitato tecnico di raccordo» presso palazzo Chigi composto da rappresentanti delle amministrazioni statali, regionali e provinciali. Certo, la sfida contro la minaccia cyber è im-

mane. Nel 2017 sono state colpite oltre un miliardo di persone nel mondo con danni globali per oltre 500 miliardi di dollari, secondo il Rapporto Clusit 2018 presentato ieri a Milano: la crescita è stata del 240% degli attacchi informatici rispetto al 2011.

Ma l'Italia ora deve rendere organica ed efficiente anche la catena produttiva dei sistemi di difesa - e di attacco - in dotazione alle nostre imprese. È il senso di fondo della relazione di recente approvata del Copasir, presieduta da Giacomo Stucchi (Lega), sui sistemi informatici per l'intercettazione dati e comunicazioni, relatori Giuseppe Esposito (Udc) e Angelo Tofalo (M5S). Dopo casi critici di fughe di dati sensibili per la sicurezza nazionale - il caso Hacking Team del 2015 - il Copasir sottolinea l'urgenza di «accrescere il volume degli investimenti e delle risorse personali, tecnologiche e finanziarie per tutelare il principio della sovranità nazionale nel ca-



po della sicurezza cibernetica». In campo ci sono lo Stato, le imprese pubbliche e private, ma serve garantire una filiera nazionale della sicurezza informatica sotto controllo e priva di punti deboli. Come avvalersi di software e hardware stranieri, tuttora in uso, in grado di riportare ai rispettivi stati di origine informazioni sensibili.

marco.ludovico@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## L'organizzazione per la difesa e gli attacchi

### IL SISTEMA DI GESTIONE CRISI

Tavolo permanente responsabile per il coordinamento e la gestione degli eventi di sicurezza

#### COMPOSIZIONE ORDINARIA

- Presieduto da:**
- Vice Direttore Generale Cyber DIS
- Composto da un membro di:**
- DIS, AISE, AISI
  - Ministeri CISR
  - Protezione Civile
  - Agenzia per l'Italia Digitale
  - Consigliere Militare del PCM
  - UCSe (nel caso di reti/sistemi classificati)
- Se necessario rappresentanti di:**
- Altre amministrazioni, università, enti e istituti di ricerca, operatori privati

**DIS**  
Dipartimento informazioni per la sicurezza

**NSC**  
Nucleo per la sicurezza cibernetica

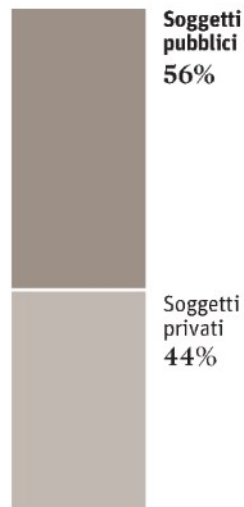
#### COMPOSIZIONE IN CASO DI CRISI

- Composizione ordinaria integrata con:**
- Un membro di:**
- Ministeri della Salute, Infrastrutture e Trasporti
  - Vigili del fuoco
- Rappresentanti di:**
- Amministrazioni locali ed enti
  - Operatori privati
  - Altri soggetti interessati

Fonte: Presidenza del Consiglio dei ministri. Relazione 2017 sulla politica dell'informazione per la sicurezza

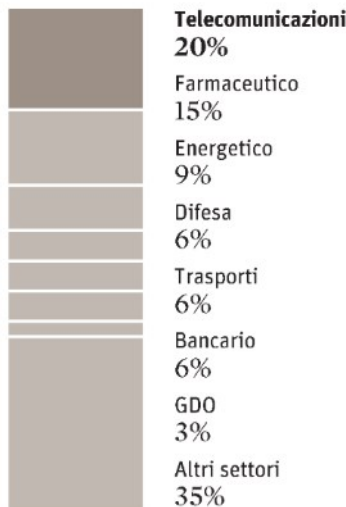
#### IL TARGET

Attacchi cyber in Italia per tipologia di soggetto, in % sul totale 2017



#### PRIVATI, I SETTORI PIÙ COLPITI

Attacchi cyber in Italia per comparto, in % sul totale 2017



**In Usa e nella Ue**

# Il giro di vite può far crescere il mercato delle polizze

**Federica Pezzatti**

■ Regole più stringenti e maggiore trasparenza richiesta sulle violazioni dei dati personali potrebbero fare da volano al mercato delle polizze assicurative che coprono dal cyber risk.

Per ora la loro diffusione è limitata, in particolare nel vecchio continente dove gli obblighi di trasparenza stanno per diventare operativi solo ora.

Secondo quanto risulta da dati Aon, i premi raccolti nel 2016 a livello mondiale sono stati pari a 2,4 miliardi di dollari, escluse le coperture già ricomprese in altre garanzie, come come la "Professional Indemnity" o la "Error & Omission". Il 90% della raccolta è riferibile al mercato statunitense (2,1 miliardi di dollari, con una crescita del 30% anno su anno nell'ultimo quinquennio). Il resto del mondo raccoglie solo 180 milioni di premi circa che sono suddivisi tra Regno Unito (24%), Germania (22%), Francia (18%), Australia (14%), Spagna 11%, mentre il mercato italiano rappresenta solo il 6% seguito da quello olandese (5%). In particolare in Italia, la cultura della gestione sistemica del rischio cyber è ancora ad un livello molto basso: secondo il Global Information Security Survey 2017-2018 di Ernst & Young solo il 12% delle imprese crede di essere in grado di rilevare un attacco informatico sofisticato, il 75% valuta il livello del proprio sistema non adeguato e non più del 30% investe per ottenere adeguati livelli di protezione da minacce di tipo cyber.

«Il grado di diffusione delle polizze dipende anche dalla regolamentazione - spiega Enrico Vanin, amministratore delegato Aon e Aon Hewitt Risk & Consulting -. Negli Usa la recente crescita è stata infatti guidata proprio da una legislazione più stringente e dalla maggiore trasparenza

che viene data agli eventi di data breach».

Negli States, dove c'è un obbligo di maggiore trasparenza, si registra una crescita esponenziale di eventi di data breach: +425% in 10 anni, a cui si è accompagnata una crescita dei costi di ripristino pari ad oltre il 60% rispetto a 10 anni prima.

Ci si attende ora un recupero di raccolta anche sul mercato europeo proprio in relazione alla nuova legislazione in fase di recepimento, che obbligherà alla notifica degli attacchi cyber, con multe sino al 2%-4% del fatturato.

«Per questo le aspettative sono di vedere salire di importanza il rischio cyber nell'agenda dei top manager europei - spiega Vanin -. L'aumento di consapevolezza si tradurrà in un maggiore utilizzo delle polizze, con previsioni mediane che indicano premi in crescita dagli 180 milioni a circa 750 milioni entro il 2020». Molto dipenderà anche dal grado di severità che verrà adottato dai Paesi: se le norme fossero particolarmente dure gli analisti si attendono che i premi raccolti da polizze cyber potrebbero raggiungere in Europa anche il miliardo.

I broker sono dunque pronti anche se per ora le coperture offerte sono poche, seppure in aumento.

La gestione dei rischi cyber è più complessa dei rischi tradizionali. «E anche dal punto di vista assicurativo, una volta mitigato e ridotto il rischio è possibile trovare copertura assicurative adeguate - spiega Vanin - (coinvolgendo più assicuratori si possono ottenere massimali sino ad un miliardo, contro i 200 milioni di solo pochi anni fa), tenendo conto però del fatto che bisogna fare attenzione all'ampio utilizzo degli strumenti a disposizione, degli assicuratori quali franchigie, massimali, esclusioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Sviluppo e futuro, i due grandi assenti dai programmi elettorali

E' NECESSARIO CHE IL PROSSIMO GOVERNO METTA IN CIMA ALL'AGENDA IL TEMA DELL'INNOVAZIONE. SERVONO INTERVENTI STRUTTURALI

Piero Angela, nel libro *A cosa serve la politica?* illustra con competenza e semplicità alcuni difetti della politica, occupata a dividere la torta, accontentare questa o quella *constituency* e non a favorire lo sviluppo di condizioni che sono basilari per la crescita. "C'è l'impressione che sia la politica a determinare il benessere di un paese e che basti cambiare maggioranza per ottenere cose che in realtà non dipendono dalla politica". Sono le infrastrutture immateriali su cui poggia l'economia, la tecnologia, l'innovazione, a consentire lo sviluppo; vanno coltivate ed è necessario creare le condizioni affinché si sviluppino in modo non episodico.

Occorrerebbe una visione del futuro che, sfogliando i programmi dei partiti, si fatica a trovare (a differenza di agevolazioni a questa o quella categoria che invece abbondano).

Dalla storia recente abbiamo un buon esempio di cosa si dovrebbe fare ed è possibile immaginare almeno due interventi strutturali per sostenere la locomotiva dell'Italia.

L'esempio recente è il piano Industria 4.0, di cui l'on. Basso è ideatore (ricandidato in posizione ineleggibile), fatto proprio dal ministro Calenda ed eseguito con grande determinazione ed efficienza. La visione era semplice: il digitale, applicato alla manifattura, può spingere l'innovazione di processo e di prodotto, rendendo le industrie più competitive. L'Italia ha dimostrato grande capacità di reazione: in pochi mesi sono stati rilanciati investimenti dell'industria, trascinando l'occupazione. L'Istat certifica che l'indice di fiducia nelle imprese è ai suoi massimi, dai bassi livelli quando Calenda si insediò. Un altro effetto positivo è culturale: studi, convegni e blasonati media che assai raramente, in precedenza, sottraevano spazio alle recensioni dei telefonini a favore di articoli su temi più profondi. La questione non è finanziaria né tecnologica, ma propriamente culturale, di cultura dell'innovazione a livello di sistema paese.

Una politica che guardi al futuro dovrebbe proporre una visione. Dovrebbe operare per rendere strutturali e non episodici esempi di questo genere.

Una prima metaproposta è la istituzione in Parlamento di una Commissione permanente per l'innovazione tecnologi-

ca, come è presente in numerosi paesi. Le ragioni sono principalmente due: il lavoro del Parlamento si fonda sull'elevata qualità dei funzionari delle commissioni che producono analisi, studi, confronti internazionali, ecc. I temi legati all'innovazione sono frammentati in molte commissioni e in ognuna di queste sono trattati in modo residuale. I funzionari delle commissioni sono specializzati sui temi che affrontano normalmente e quindi consolidano una competenza marginale sui temi dell'innovazione come invece potrebbero sviluppare se fosse il loro ambito principale. In secondo luogo, lo stesso varrebbe per i parlamentari assegnativi dai partiti: si dovrebbero occupare di innovazione a tempo pieno, pensando a tempo pieno alle opportunità del futuro, più che ai problemi del passato. Nascerebbero proposte politiche, confronti, dibattiti che finirebbero sui media, inducendo un aumento della consapevolezza del pubblico.

Una seconda meta-proposta è il ritorno di un ministero per l'Innovazione (meglio se con un portafoglio). L'innovazione portata dalla digitalizzazione tocca tutti gli ambiti e certamente sarebbe ideale avere persone con profonda cultura digitale dalla Sanità alla Giustizia agli Interni, ma questo non è ovviamente possibile. Un ministro, a differenza di un sottosegretario o di un viceministro, è presente a ogni riunione del Consiglio dei ministri ed è in grado di suggerire ottimizzazioni e semplificazioni che un non esperto non considererebbe. La familiarità e fiducia che si istituirebbe con gli altri ministri consentirebbe di risolvere sul nascere molti problemi, senza incontrare i proverbiali ostacoli di attraversamento delle burocrazie. Anch'egli si potrebbe focalizzare sulle opportunità del futuro, con conseguente riverbero sui media e sul pubblico, a vantaggio di una propensione al futuro del paese.

I temi trattati dai partiti hanno mille giustificazioni e ragioni ma dovrebbero venire dopo il tema fondamentale che è favorire lo sviluppo perché - scrive Angela - se tanti ingegneri, chimici, informatici sono impegnati a far crescere la torta, ci sarà prosperità per tanti poeti, attori, filosofi. Perché solo se la locomotiva tira, tutti i vagoni prendono velocità.

Stefano Quintarelli



## Cultura digitale

### Meet the Media Guru e Fondazione Cariplo aprono un Centro per la Cultura Digitale. Ecco a cosa servirà

Nel 2016 sono state inviate 196 miliardi di e-mail, oggi su WhatsApp si inviano 55 miliardi di messaggi al giorno, nel 2018 oltre 4 miliardi di persone useranno internet, alla fine del 2019 ci saranno oltre 35 milioni di “robot sociali” destinati all’interazione con gli essere umani grazie all’intelligenza artificiale e nel 2022 si prevede che una famiglia media potrà utilizzare fino a 500 dispositivi elettronici interconnessi, grazie all’Internet of Things. Un mondo che cambia velocemente, anche l’uomo deve essere pronto ad adattarsi. Questo spiega l’esigenza avvertita da Maria Grazia Mattei, direttore di Meet the Media Guru, piattaforma di disseminazione della cultura digitale e dell’innovazione e la Fondazione Cariplo guidata da Giuseppe Guzzetti, che svolge attività filantropiche e di innovazione sociale: quella di aprire a Milano un Centro Internazionale per la Cultura Digitale, MEET, presentato lunedì 26 febbraio. Un luogo di incontro e di confronto per colmare il divario digitale del paese con la convinzione che l’innovazione sia un fatto culturale e che l’uomo debba essere attivo e più consapevole. Alla presentazione al Piccolo Teatro Studio Melato, Maria Grazia Mattei spiega che siamo in una nuova forma di umanesimo: l’uomo queste tecnologie si limita a rincorrerle? O, invece, capisce che da esse può derivare anche un importante contributo per risolvere problemi sociali, particolarmente sentiti nella nostra comunità, come la disoccupazione, l’economia, i nuovi tipi di lavoro, l’ambiente e così via?

Il centro sarà situato nel cuore di Milano, per farne il punto di riferimento per la cultura digitale anche a livello internazionale, ha già una partnership con il George Brown College di Toronto e il suo Institute without boundaries. La sede sarà l’ex Spazio Oberdan, acquisito dalla fondazione Cariplo, 1200 metri quadrati nello storico palazzo degli inizi del Novecento di Porta Venezia, con le vetrine direttamente sulla piazza. Obiettivo per i prossimi cinque anni: coinvolgere 500 mila persone, 200 mila iscrizioni alla community e sviluppare 50 partnership e progetti internazionali.

Per fare tutto ciò, il centro mette in primo piano i contenuti, che verranno sviluppati in quattro linee di intervento multidisciplinare e aperte al contributo

di tutti. Content zone è un laboratorio creativo che sperimenta nuovi linguaggi e offre prodotti multimediali, format e servizi innovativi. Research and innovation zone, indaga l’impatto della cultura digitale sulle comunità con uno sguardo alla ricerca internazionale. L’education zone, mira a coinvolgere persone di età, competenze e interessi diversi e promuove la digital literacy (capacità di utilizzo dei media) con corsi, masterclass, workshop e percorsi esperienziali. Infine, la showcase zone, la piattaforma che rilancia la produzione di Meet the Media Guru attraverso mostre, conferenze, esibizioni in Italia e non solo.

MEET non aspetta l’inaugurazione del proprio spazio fisico per fissare appuntamenti e iniziative e presenta già un programma che esplora temi come l’intelligenza artificiale, l’innovazione culturale, la blockchain e l’health innovation a Milano e all’estero.

Il 9 marzo con Fondazione Fiera Milano propongono all’interno del programma Exhibitionist, una serata dedicata al transmedia storytelling con Eddie Newquist, ideatore di mostre sugli universi di Harry Potter, “Il Trono di Spade” e “Le Cronache di Narnia”.

Dal 15 al 18 marzo, il Comune di Milano promuove la Milano Digital Week, quattro giorni dedicati alla produzione di conoscenza e innovazione attraverso il digitale, un’opportunità di riflessione e di confronto per cittadini, aziende, istituzioni, università e centri di ricerca.

Il 9 aprile al Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci di Milano si tiene conferenza con il guru statunitense dell’intelligenza artificiale applicata al mondo del giornalismo, Francesco Paolo Marconi.

Dal 26 al 28 aprile, prima tappa estera, il Digifest di Toronto, dove sarà presente Giorgia Lupi, esperta di information design, per valorizzare l’innovazione italiana all’estero.

Il 16 maggio, a Milano, il canadese Corey Timpson, vicepresidente del Museum of Human Rights di Winnipeg, parla di accessibilità e inclusive design per mostre, musei e beni culturali.

Eventi, discussioni e confronti per riflettere e saper accogliere il cambiamento tecnologico per ciò che può portare in termini di miglioramento della vita delle persone e il benessere della comunità.

Stefania Nicolich



## Ricerca 4.0 con spese doc

**Le spese ammissibili per la costituzione e l'avviamento dei centri di competenza 4.0 riguardano il personale dipendente impegnato nella realizzazione del programma di attività e i fornitori esterni al partenariato, per quanto attiene ai servizi di consulenza, all'organizzazione di corsi di formazione e all'attività di marketing. Questi i chiarimenti del Ministero dello sviluppo economico (aggiornati al 26 febbraio 2018) sulle spese ammissibili per l'accesso agli incentivi dedicati ai centri di competenza. Le risorse disponibili sono pari a 20 milioni di euro per il 2017 e 20 milioni di euro per il 2018. Il programma di attività del centro di competenza per beneficiare delle agevolazioni, oltre a servizi di orientamento e formazione alle imprese, deve essere finalizzato alla realizzazione, da parte delle imprese fruitrici, di progetti di innovazione, ricerca e sviluppo riguardanti nuovi prodotti, processi o servizi o anche il notevole miglioramento di prodotti, processi o servizi esistenti, tramite lo sviluppo e l'adozione di tecnologie avanzate in ambito Industria 4.0. Il centro di competenza deve essere costituito nella forma del partenariato pubblico-privato, in forza di un contratto, sia tipico che atipico, in cui vi sia almeno un organismo di ricerca (o eventualmente più d'uno, oltre al capofila) e una o più imprese (ed eventualmente altri operatori economici) sempre che il numero dei partner pubblici non superi la misura del 50% dei partner complessivi. Nel caso in cui un centro di competenza non sia ancora formalmente costituito, il «soggetto proponente» sarà, di regola, l'organismo di ricerca capofila, in nome e per conto di tutti i membri dell'istituendo partenariato pubblico privato. Una**

**stessa impresa può partecipare alla costituzione di più centri di competenza diversi.**

*Cinzia De Stefanis*



Da Antitrust e Iap le indicazioni per la trasparenza, perché non servono nuove norme ad hoc

# Brand e influencer senza sorprese

## La pubblicità deve essere chiara e l'azienda deve vigilare

DI ANDREA SECCHI

**P**er molte celebrity e influencer il messaggio sembra passato: nei loro post su Instagram o su altri social spesso si trovano gli hashtag #advertising, #pubblicità o si segnala in modo evidente che si tratta di un messaggio commerciale. Per altri, invece, questo non accade e le foto che li ritraggono con addosso questo o l'altro prodotto sono postate come se fossero una libera espressione del proprio apprezzamento.

Eppure da luglio scorso si è mossa l'Antitrust, che ha competenza in materia di pubblicità, inizialmente con una lettera ad alcuni influencer e alle aziende citate, così come si è mosso già dal 2016 l'Istituto di autodisciplina pubblicitaria che ha adottato la Digital Chart in cui fra le altre cose si indicano i criteri per la riconoscibilità dei messaggi promozionali anche sui social. «Al contrario di quanto si è detto e scritto, non servono nuove norme per regolare la pubblicità degli influencer e dei social», ha spiegato **Ernesto Apa**, partner dello studio Portolano Cavallo durante un incontro dedicato agli sviluppi della pubblicità online realizzato con il suo team. «Perché nel codice di consumo si prevede già il divieto di pubblicità occulta, non c'è bisogno che si

citi espressamente Twitter o Instagram».

**Il discorso non riguarda soltanto i brand** e i grandi influencer, perché non c'è differenza fra utilizzare una star per fare pubblicità occulta online e utilizzare 100 utenti sconosciuti per avere un po' di risonanza. Ovviamente non è vietato esprimere preferenze su determinati prodotti o marchi, il problema nasce quando c'è un «rapporto di committenza», quando un utente viene pagato o comunque compensato in altro modo per fare pubblicità, e contemporaneamente non c'è trasparenza sulla natura del messaggio e quindi l'utente viene ingannato.

«Spesso il rapporto di committenza viene nascosto», ha continuato Apa, «allora l'Autorità per la concorrenza e il mercato adotta lo strumento della presunzione: mette insieme tutti gli indizi che portano a determinare che ci sia stato un effettivo rapporto di questo tipo».

Se fino allo scorso anno, quindi, nonostante le regole ci fossero, influencer e brand si muovevano in una sorta di limbo, oggi si sa che non è più così e il discorso vale

anche per i prodotti regalati ed esposti nei post senza farne cenno. Le aziende perciò, se vogliono agire correttamente, devono chiedere all'influencer che renda chiaro il proprio rapporto nei post, anche quando si tratta soltanto di regali ed eventualmente digitale.

**Nelle lettere inviate dall'Authority** lo scorso anno fra gli altri a **Belen Rodriguez, Fedez, Chiara Ferragni, Alessia Marcuzzi** e **Federica Pellegrini**, tra i marchi, a Louis Vuitton, Alberta Ferretti e Adidas, si individuano criteri generali di comportamento che prevedono di rendere chiaramente riconoscibile la finalità promozionale grazie all'inserimento di hashtag come #pubblicità, #sponsorizzato, #advertising, #inserzioneapagamento o, nel caso di un bene a disposizione gratuitamente, #prodottofornito. Tutte indicazioni che devono essere seguite dal nome del marchio stesso.

Il Digital Chart dello Iap va ancora più a fondo, chiedendo che nella parte iniziale del post ci sia la dicitura Pubblicità/Advertising o Promosso da... /Promoted by... e così via, oppure che entro i primi tre hashtag ci siano #Pubblicità/#Advertising o #Sponsorizzato da... /#Sponsored by... o «#ad.

—© Riproduzione riservata—



Due post in cui è indicato che si tratta di pubblicità



**FOCUS OGGI****Stop alla battaglia in Brasile  
Tim sigla accordo con Oi**

Il memorandum of understanding tra Genish e l'ad del gruppo sudamericano Teles mette fine al lungo contenzioso

Follis a pagina 10

STIPULATO UN MEMORANDUM D'INTESA CON L'INCUMBENT DEL PAESE SUDAMERICANO

# Tim fa pace con Oi in Brasile

*L'accordo tra i due gruppi di telecomunicazioni mette fine a un contenzioso che andava avanti da anni. Una notizia positiva per il mercato, che ora guarda ai conti*



DI MANUEL FOLLIS

**U**na cosa è chiara: Amos Genish, ceo di Telecom Italia, ha un tocco particolare sul Brasile. Ieri Tim Brasil, controllata brasiliana del gruppo italiano, ha annunciato di aver stipulato con Oi (l'ex monopolista tlc brasiliano) un memorandum d'intesa che avvia «un'importante fase di negoziazione volta a pareggiare le rispettive controversie» e apre «un nuovo ciclo di pianificazione della condivisione delle infrastrutture» sullo stesso modello di partnership già applicato nel mercato delle telecomunicazioni brasiliano. L'accordo tra le due società è stato firmato dall'ad di Tim Brasil Stefano De Angelis e dal ceo di Oi Eurico Teles durante il Mobile World Congress, evento mondiale delle telecomunicazioni che si tiene ogni anno a Barcellona. Tim e Oi, che condividono 6.251 antenne, erano da anni in causa per risarcimenti tra 50 e 100 milioni di reais. Tim conte-

stava i prezzi praticati dalla società brasiliana per il leasing di rete, il servizio di sfruttamento industriale della linea dedicata, e reclamava sconti a causa di presunti ritardi nell'attivazione dei sistemi. L'accordo tra Tim Brasil e Oi, che sembra sia stato raggiunto grazie anche a un'ampia collaborazione di Teles, è una notizia importante perché può tradursi in rilevanti sinergie di costo. L'intesa potrebbe essere anche il primo passo sulla via dell'integrazione. In realtà «pensiamo che sia troppo presto per valutare se l'intesa raggiunta possa aprire la strada a una più stretta relazione tra le parti o anche a un'integrazione, come spesso si è detto, data l'attuale riorganizzazione giuridica di Oi e il potenziale consolidamento del mercato brasiliano», hanno commentato ieri gli analisti di Banca Imi. Per Mediobanca Securities questo resta comunque «un passo importante nella giusta direzione». Da settimane c'è chi sostiene che mentre gli occhi del mercato sono puntati sui

conti 2017 di Telecom Italia, dal Brasile potrebbero arrivare sorprese per il gruppo nei prossimi mesi. Va ricordato che l'ultimo cda della controllata sudamericana ha preso atto delle dimissioni di Daniel Junqueira Pinto Hermeto e ha nominato Bruno Mutzenbecher Gentil (fedelissimo di Genish ai tempi di Gvt e Telefonica) nel ruolo di purchasing & supply chain officer del gruppo. Genish di recente ha cambiato anche il direttore del personale di Tim Brasil e starebbe cercando un sostituto per De Angelis (nominato ceo nel maggio 2016), sotto la cui guida la controllata l'anno scorso ha registrato conti record. (riproduzione riservata)



## Slitta la firma sulla gestione del personale di Telecom

Rinviato l'accordo tra Telecom Italia e i sindacati sulla riorganizzazione delle risorse umane del gruppo di tlc. Il progetto prevede 6.500 uscite volontarie, 3.500 riqualificazioni

professionali e duemila assunzioni. Per gestire gli esuberanti la società ha accantonato 700 milioni. Ora si profilerebbe la cassa integrazione. ▶ pagina 12

**VERTENZE**

## Esuberanti Telecom Intesa rinviata

Cristina Casadei ▶ pagina 12

**Ristrutturazione.** Il gruppo ha convocato i sindacati per la gestione delle risorse umane il 13 marzo

# Esuberanti Telecom, accordo rinviato

La trattativa slitta a dopo la presentazione del piano del 6 marzo

### LE REAZIONI

Uglierolo (Uilcom): «Calenda convoca i sindacati»

Del Cimmuto (Slc Cgil):

«Ammortizzatori insufficienti, serve un Fondo di settore»

**Cristina Casadei**

■ Telecom vedrà i sindacati il 13 marzo. È arrivata ieri la convocazione dell'incontro che avrà come oggetto l'illustrazione del piano industriale 2018/2020 e il relativo piano di gestione delle risorse umane. A metà gennaio l'azienda ha spiegato ai sindacati la necessità di fare uscire circa 6.500 lavoratori con incentivi e prepensionamenti, di riqualificarne circa 3.500 e di assumerne 2mila nell'ambito della digitalizzazione che sta investendo il settore. Tra le ipotesi avanzate ci sono gli incentivi all'esodo e la solidarietà espansiva. La prima intenzione dell'azienda era arrivare alla presentazione del piano industriale, il 6 marzo, con l'accordo sindacale, ma le trattative, svoltesi finora, non hanno creato le condizioni per arrivare a nessuna sintesi tra le parti. Dato che la solidarietà espansiva, ipotizzata dall'azienda, richiede l'accordo con i sindacati che allo stato at-

tuale non c'è, sullo sfondo potrebbero profilarsi anche azioni unilaterali, come il ricorso alla cassa integrazione, che sarebbe però un po' una prova di forza con il sindacato.

Nell'ultimo incontro, avvenuto a metà febbraio, i sindacati avevano chiarito la loro posizione di lontananza rispetto all'impostazione dell'azienda, soprattutto sulla solidarietà espansiva. Per ora c'è una posizione comune tra le diverse sigle, pur con sfumature molto diverse da organizzazione a organizzazione. «Non è che non siamo disponibili a confrontarci sulle linee guida del piano di gestione delle risorse umane che l'azienda ci ha illustrato - spiega il leader della Uilcom Salvo Uglierolo - ma vorremmo capire realmente, anche con il Governo, quali sono i ragionamenti e gli affidamenti sulla rete. Questo è imprescindibile e noi abbiamo chiarezza sulla visione e sulla strategia industriale che vada oltre i due anni o altrimenti è difficile trovare un accordo». A questo proposito, Uglierolo ricorda che i sindacati hanno sollecitato varie volte un incontro al ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda «senza però essere mai ricevuti.

Questo è grave, c'è bisogno di più attenzione, stiamo parlando di un'azienda che ha oltre 50mila addetti e ne occupa altrettanti nell'indotto».

Il segretario nazionale della Slc Cgil, Marco Del Cimmuto, spiega che «l'accordo bisogna essere in due per farlo e per noi non è pensabile un accordo che preveda il ricorso alla solidarietà espansiva con una riduzione di 20 minuti dell'orario giornaliero di tutti i lavoratori. È un meccanismo che riteniamo non praticabile, semmai siamo disponibili a valutare le uscite volontarie». Anche su questo, però, quando poi si parla di incentivi le parti sono distanti sull'ammontare. Data la natura del processo di riconversione in chiave 4.0 delle tlc e quindi le connesse esigenze di ristrutturazione, «c'è la necessità che il settore si doti di strumenti ido-



nei», suggerisce Del Cimmuto. In altre parole gli attuali ammortizzatori sociali sono insufficienti per governare la ristrutturazione nelle telecomunicazioni ed è per questo che «abbiamo sollecitato uno strumento dedicato, un Fondo di settore. Su questo serve la convergenza di istituzioni, politica e imprese, - continua Del Cimmuto - ma se vogliamo governare la ristrutturazione non possiamo pensare di farlo con gli strumenti che abbiamo a disposizione oggi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## LE IPOTESI

### 6.500

#### Le uscite

Telecom ha annunciato ai sindacati la necessità di far uscire 6.500 lavoratori, di riqualificarne 3.500 e di assumerne 2mila per favorire il ricambio generazionale nell'ambito del processo di digitalizzazione del settore

### 20

#### La solidarietà

Tra le ipotesi avanzate dall'azienda c'è la solidarietà espansiva con una riduzione dell'orario giornaliero di 20 minuti che riguarderebbe tutti i lavoratori. I sindacati hanno però manifestato la loro contrarietà rispetto a questa ipotesi e chiedono di avere visibilità sulla strategia nel medio termine dell'azienda e di creare un Fondo di settore.

# Asta Persidera, gli americani pronti all'offerta vincolante

**I SQUARED CAPITAL  
VUOL TRASFORMARE  
LA MANIFESTAZIONE  
DI INTERESSE  
DA 290 MILIONI  
SCAVALCANDO F2I**

## LA GARA

ROMA Si accende la gara su Persidera, la società dei multiplex controllata al 70% da Tim e al 30% da Gedi. Domani scade il termine per la validità dell'offerta vincolante di F2i e Rai Way da 260 milioni circa ma nelle prossime ore I Squared Capital, fondo infrastrutturale americano da 6,5 miliardi di dotazione, dovrebbe trasformare la sua manifestazione di interesse in offerta vincolante. E la proposta del gigante Usa, che aveva chiesto di fare una due diligence di 15 giorni, si attesta a 290 milioni. Quindi sarebbe più alta di quella del tandem italiano ed essendo più vantaggiosa, sarebbe preferita da Gedi che ha un patto di co-vendita ma anche un potere di veto sulle operazioni straordinarie. Va considerato che venerdì 23 il cda di Tim, a maggioranza (assente Franco Bernabè), ha dato mandato all'ad Amos Genish di finalizzare la vendita dopo aver «valutato positivamente l'offerta di F2i e Rai Way». Consigliato dagli advisor Barclays e La-

zard, «ogni ulteriore eventuale offerta vincolante sarà presa in considerazione» da Genish.

Il blitz di I Squared Capital, supportato da Credit Suisse che è considerata tra le banche d'affari vicine a Tim, potrebbe riaprire i giochi sul destino di un asset che Telecom è costretta a vendere per conto di Vivendi. La media company francese, infatti, ha assunto un obbligo con la Commissione Ue a seguito del via libera sul controllo di fatto riconosciuto a maggio 2017. I Squared Capital si è aggiudicato l'estate 2017 Hutchinson Global Communication, principale operatore di rete fissa di Hong Kong e ha competenze e capacità oltre che munizioni finanziarie. L'esistenza dell'obbligo assunto da Vivendi ed ereditato da Tim fa sì che di fronte alla disparità dei valori, I Squared Capital potrebbe scavalcare la coppia italiana visto che l'eventuale no di Gedi condizionerebbe Tim.

## IL NODO ESUBERI

Intanto il nodo sui 7.500 esuberanti non sarà sciolto prima della presentazione del Piano martedì 6 da parte del cda. Il tavolo con i sindacati si era arenato a seguito delle indiscrezioni sullo spin off della rete. Un nuovo incontro fra le parti è stato ora fissato per il 13 marzo.

r. dim.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Amos Genish, ceo di Tim



# Les kiosques numériques des opérateurs s'adaptent à la TVA

À partir de ce jeudi, les opérateurs télécoms voient leur avantage fiscal sur la presse réduit.

CHLOÉ WOTIER  W\_Chloe

**PRESSE** Bercy est revenu mettre de l'ordre dans les offres de presse en illimité offertes par les opérateurs télécoms. Ce jeudi marque l'entrée en application d'un amendement qui empêche SFR, Bouygues Telecom et Orange d'appliquer la TVA ultraréduite de 2,1 % dont bénéficie la presse sur une part significative de leurs forfaits. Désormais, la TVA à régler sera calculée à partir de la consommation réelle de ces services. SFR revendique 150 000 téléchargements de journaux et de magazines par jour, alors que son application SFR Presse est offerte à plusieurs millions de clients. Autant dire que l'avantage fiscal sera singulièrement réduit.

SFR a été le premier opérateur à se lancer dans le créneau de la presse en illimité sur mobile. Créé en avril 2016, SFR Presse a d'abord été une vitrine pour les médias du groupe Altice, avant de s'élargir à d'autres éditeurs. Aujourd'hui, l'application compte 80 journaux et magazines à télécharger en PDF, dont *Le Figaro*. Bouygues Telecom a suivi en mai 2017 avec le bonus LeKiosk. Dernier entrant, Orange et son bonus ePresse offert à ses clients depuis octobre.

Seul Free ne s'est pas engouffré dans la brèche. « Offrir la presse dans un forfait télécoms n'est qu'une magouille pour bénéficier de la TVA réduite », dénonçait Xavier Niel en octobre sur Canal +. Un peu plus tôt, le directeur général de l'opérateur, Maxime Lombardini, réclamait « une clarification de la situation » de la part de Bercy. Selon les calculs de plusieurs organismes, SFR gagnait près de 200 millions d'euros grâce à ce tour de passe-passe fiscal. Le manque à gagner pour l'État aurait pu monter à un milliard d'euros par an si l'ensemble des opérateurs télécoms avait suivi ce modèle... « Nous n'avons pas exploité cette niche fiscale », tient-on toutefois à préciser chez Bouygues Telecom.

## Des modifications à venir

Quel avenir désormais pour les offres illimitées de presse ? Aucun

des opérateurs n'entend les abandonner. Mais des adaptations vont avoir lieu. Orange rendra payant son option ePresse à partir du 5 avril, à 9,90 euros par mois. L'opérateur a été transparent dès le lancement de son offre en indiquant que celle-ci ne serait gratuite que durant six mois. Orange espère que ce laps de temps aura permis de créer des habitudes chez ses clients et d'en convertir certains à son option payante. Chez Bouygues Telecom, « la presse restera offerte uniquement pour les forfaits les plus chers » (au minimum 20 Go par mois avec engagement), indique une porte-parole. « Nous voulons accompagner les nouveaux usages et enrichir nos offres avec des contenus de qualité. »

Chez SFR, « rien ne va changer pour nos clients », affirme son PDG Alain Weill. « Mais nous réfléchissons à une évolution du modèle de SFR Presse à moyen terme. Le téléchargement de PDF n'a pas d'avenir. » L'opérateur a commencé à approcher les éditeurs. Plusieurs scénarios sont sur la table : faire payer les plus gros lecteurs, réduire le volume de l'offre gratuite, intégrer les versions premium des sites de presse...

SFR se félicite d'avoir inventé un mode de distribution de la presse qui a trouvé son public. Les chiffres de diffusion des magazines et des quotidiens via ces applications sont éloquentes. Chez Lagardère, elle réalise 75 000 téléchargements par semaine sur une diffusion payée de 330 000 exemplaires. *Public* fait entre un tiers et la moitié de ses ventes hebdomadaire via ce canal. *Paris Match* peut, lui, monter certaines semaines à près de 95 000 téléchargements. Autre cadreur des kiosques en ligne, *Capital* (Prisma), qui peut aller jusqu'à 85 000 téléchargements sur une diffusion de 250 000 exemplaires.

Ce nouveau canal a permis à certains titres d'afficher une croissance de leur diffusion pour 2017. Les marges sont souvent inférieures à celles réalisées sur les ventes papier. Mais ces kiosques en ligne permettent aux éditeurs de monétiser un lectorat qu'ils n'auraient peut-être jamais touché autrement. ■

I chioschi digitali degli operatori si adattano all'IVA

