

Rassegna del 12/07/2018

Sole 24 Ore	9 Pubblicato bando del Mise per le frequenze del 5G - Tlc, arriva il bando per le frequenze 5G Il mobile fa boom (+48%) di traffico dati	<i>Biondi Andrea - Fotina carmine</i>	1
Stampa	19 Comunicazione, business da 54,2 miliardi Per la tv in streaming 3,5 milioni di utenti	<i>Lillo Nicola</i>	3
Giornale	18 Cresce la «banda larga» italiana Boom della tv via Internet	<i>Camera Maddalena</i>	4
Avvenire	23 L'Agcom segnala rischi sui troppi dati digitali	<i>Pittaluga Paolo</i>	6
Messaggero	15 Agcom: «Subito regole per frenare il dilagare dei colossi Usa del web»	<i>Amoruso Roberta</i>	8
Italia Oggi	19 Agcom, comunicazioni a +1,2%	<i>Livi Marco</i>	10
Mf	9 Agcom: crescono le fake news e lo streaming video	<i>Follis Manuel</i>	11
Manifesto	7 Allarme per pericoli Big Data ed editoria mentre arriva il 5G	<i>Valoti Nina</i>	12
Tempo	11 Il prossimo rischio del web? I «big data	<i>Maccari Valerio</i>	13
Libero Quotidiano	18 I colossi di Internet si mangiano l'industria della comunicazione	...	15
Corriere della Sera	29 Google e Facebook multate La difesa: Android? È gratuito	<i>Cimpanelli Giulia</i>	16
Repubblica	22 Google frena la concorrenza l'Ue pronta a una maximulta	<i>D'Argenio Alberto</i>	18
Mf	5 Google, in arrivo maxi-multa Ue	<i>Colamartino Francesco</i>	19
Corriere della Sera	29 La Lente - A sorpresa Amazon entra in Federlogistica Confrtrasporto	<i>De Cesare Corinna</i>	20
Repubblica	25 Logistica, Amazon sceglie di entrare in Confrtrasporto	...	21
Italia Oggi	38 Passaggio al ralenti a Industria 4.0 Solo l'11,8% delle imprese in crescita	<i>Ottaviano Marco</i>	22
Mf	17 All'Industria 4.0 serve una rivoluzione culturale	<i>Rizzi Matteo</i>	23
Sole 24 Ore	15 AT&T, maxi-round sulla realtà aumentata	<i>Ri. Ba.</i>	24
Sole 24 Ore nòva.tech	31 Oltrefrontiera - Cloud Computing. Le sei società scelte da Ibm per l'uso avanzato di Ai	...	25
Sole 24 Ore	11 Sostenere l'agricoltura con una Web tax	<i>Romeo Alessio</i>	26
Sole 24 Ore	13 Panorama - Il Giurì della pubblicità interviene su Iliad	<i>Biondi Andrea</i>	27
La Verita'	19 La pubblicità di Iliad giudicata «ingannevole»	...	28
Corriere della Sera	6 Anche le Ferrovie nel rischio nomine Così si riapre la sfida per guidare Cdp	<i>Sensini Mario</i>	29
Stampa	9 Retrosceca - Su Rai e Cdp Casaleggio scende in campo - Cdp, Rai e Gestore dei servizi energetici Sulle nomine scende in campo Casaleggio	<i>Capurso Federico</i>	30
ESTERA			
Financial Times	10 La democrazia deve essere protetta dalla violazione dei dati	...	32

TELECOMUNICAZIONI**Publicato bando del Mise
per le frequenze del 5G**

Per il lancio delle telecomunicazioni 5G arriva no il bando di gara e il disciplinare del ministero dello Sviluppo economico. La documentazione è

stata pubblicata ieri e gli interessati dovranno presentare domanda per le frequenze entro il 2 agosto.

— a pagina 9

Tlc, arriva il bando per le frequenze 5G

Il mobile fa boom (+48%) di traffico dati

MEDIA

Gli operatori dovranno fare domanda per le frequenze entro il 2 agosto

La relazione annuale del presidente Agcom Angelo Marcello Cardani

I NUMERI CHIAVE**48%****Il traffico dati**

Il consumo di banda e traffico dati su rete fissa è cresciuto del 30%. Aumento del 48% nella telefonia mobile

-12%**Il mercato tlc**

Il mercato delle comunicazioni è sceso del 12% fra 2012 e 2017. I pesi relativi dei settori si stanno modificando: il mercato delle tlc pesava per il 62,7% nel 2012 e ora pesa il 59,4%

+3,8%**La rete fissa**

L'accelerazione sulla rete fissa nel 2017 (+3,8% a 16,4 miliardi) fa da contraltare al calo del mobile: -1,9% a 15,8 miliardi

**Andrea Biondi
Carmine Fotina**

ROMA

Per il lancio delle telecomunicazioni 5G arriva anche l'ultimo tassello, cioè il bando di gara e il disciplinare del ministero dello Sviluppo economico. La documentazione è stata pubblicata ieri e gli operatori interessati dovranno presentare la domanda per le frequenze entro il 2 agosto. In oltre 80 pagine, sono regolati durata e obbli-

ghi dei diritti d'uso, procedure di ammissione e di assegnazione, fase dei miglioramenti competitivi. Le frequenze 3,6-3,8 GHz e 26,5-27,5 GHz saranno disponibili dal 1° gennaio 2019, quelle 700 MHz dal 1° luglio 2022. Avranno tutte durata fino al 31 dicembre 2037.

Nella sua relazione annuale, il presidente Agcom Angelo Marcello Cardani ha ricordato il lavoro fatto per portare a termine lo scorso maggio il regolamento su cui il Ministero ha poi costruito il bando. Per il ministro dello Sviluppo economico Luigi Di Maio si apre così una stagione nuova per lo sviluppo di Internet. Sull'accesso alla rete, lo stesso Di Maio è tornato a parlare di servizio gratis per fasce deboli della popolazione. Un intervento normativo potrebbe essere studiato in vista dell'esame parlamentare del "decreto estivo" che contiene le norme su lavoro, delocalizzazioni e fisco.

Il bando di gara sul 5G arriva nel giorno della relazione annuale sull'attività di un'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni che ha fotografato un mercato in trasformazione. In crescita fra un anno e l'altro dell'1,2% a oltre 54 miliardi, ma in cui a rilevare è un mutamento profondo che si coglie in particolare nella rivoluzione copernicana portata da web e big data. A quest'ultimo tema la presentazione di Cardani dedica un paragrafo ad hoc in cui sono evidenziati i rischi, per esempio di «un ecosistema governato da poche grandi multinazionali» oppure «tendenza al monopolio: per dare un'idea sono solo sei le app installate da più di un miliardo di utenti».

Oggi comunque c'è da fare i conti con una «crescente domanda di contenuti video online su rete fissa che è alla base del sensibile incremento del consumo di banda e traffico dati: +30%. Il consumo di dati da parte degli utenti è cresciuto in maniera maggiore, del +48% circa, nella telefonia mobile». Il passaggio della relazione del presidente Agcom Angelo Marcello Cardani esprime plasticamente il

nuovo corso del mercato delle comunicazioni che è sceso (del 12%) fra 2012 e 2017 e in cui i pesi relativi dei settori si stanno modificando. Il mercato delle tlc, per esempio, pesava per il 62,7% nel 2012 e ora pesa il 59,4%. E l'accelerazione sulla rete fissa nel 2017 (+3,8% a 16,4 miliardi) fa da contraltare al calo del mobile: -1,9% a 15,8 miliardi.

Anche grazie a Open Fiber (nel fisso) e Iliad (nel mobile) il livello di concorrenza è definito in crescita. E in generale nelle tlc c'è un «segno positivo degli investimenti infrastrutturali (+1,6%), grazie al trend di ripresa degli investimenti sulla rete fissa che compensa la fisiologica decrescita di quelli sulla rete mobile dopo i balzi in avanti degli anni passati. Detti investimenti ammontano nel complesso a sette miliardi di euro in valore assoluto».

Resta su tutto l'ombra di un anno in cui la questione dei 28 giorni ha scavato un solco profondo fra compagnie e consumatori. «È auspicabile che in futuro non si ripetano situazioni simili e mi auguro che gli operatori vogliano ricomporre un patto di fiducia con i consumatori», dice Cardani che ha parlato davanti ai vertici delle telco. Per quanto riguarda Tim - era presente il presidente Fulvio Conti - Cardani ha fatto un passaggio sul «progetto di separazione legale della rete di accesso proposta da Telecom» la cui valutazione si collocherà nell'ambito «dell'analisi dei mercati» per il 2018-21. Entro fine anno dovrebbe partire la consultazione pubblica.

Quello che il presidente Agcom delinea è comunque un mercato a due facce: comunicazioni che valgono 32,2 miliardi (+0,9%) e settore postale



che sale del 6,6% a 7,4 miliardi, mentre il giro d'affari dei media scende dello 0,9% a quota 14,6 miliardi. Il grande malato è l'editoria: -5,2% per i ricavi in un anno (-8,9% i quotidiani), scesi a 3,6 miliardi. «Il settore nell'ultimo decennio ha perso all'incirca metà del suo peso economico», dice Cardani segnalando questo come «un tema di policy che interroga in primis Governo e Parlamento». Intanto ci sono gli investimenti pubblicitari «sempre di più re-indirizzati dai media tradizionali alle piattaforme online, che complessivamente crescono del 12%».

L'editoria con i suoi tormenti non è sola in questo processo di adattamento ai tempi. «Il 2017 - spiega Cardani - può essere ricordato anche come l'anno della definitiva consacrazione della "televisione liquida" con una stima di circa 3 milioni di cittadini che guardano abitualmente la tv in streaming». Realtà come Netflix e Amazon vanno consolidandosi e proprio grazie alla diffusione delle reti a banda larga e ultralarga (gli accessi "ultraveloci" sono raddoppiati a 4,5 milioni). Non c'è da recitare nessun *De profundis* visto che «la televisione tradizionale manifesta comunque importanti segni di tenuta». Che qualcosa stia cambiando è però chiaro e dovrà farci i conti anche questo mercato che resta concentrato con 21st Century Fox (33% e in crescita di 1 punto); Rai con oltre il 28% (-1,5 punti) e il gruppo Fininvest/Mediaset con il 28% (+0,1) a occupare il 90% delle risorse.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tv liquida. Il serial Narcos (nella foto il protagonista Pablo Escobar) è stato uno dei più seguiti su Netflix

LA RELAZIONE

Comunicazione, business da 54,2 miliardi Per la tv in streaming 3,5 milioni di utenti

L'Autorità garante chiede a governo e Parlamento di intervenire per la crisi dell'editoria

NICOLA LILLO
ROMA

L'uso di internet continua a crescere, radio e televisione tengono, mentre crolla l'editoria. È questa la fotografia scattata dall'Agcom nella sua relazione annuale, in cui definisce il 2017 l'anno della «tv liquida». L'Italia è infatti un paese immerso nei Big data, il flusso di dati digitali che circolano sul web, con i rischi che comportano i monopoli dei grandi gruppi come Facebook, Google e Apple: a dimostrarlo sono i 3 milioni di italiani che lo scorso anno hanno seguito abitualmente la tv in streaming (a maggio 2018 la cifra è arrivata a 3,5 milioni) e 9-12 milioni di persone hanno scaricato contenuti televisivi dal web. La tv tradizionale però continua ad avere la sua importanza, sia come ascolti che come valore economico.

Il mercato vale il 3% del Pil

I ricavi del settore e dei singoli segmenti - telecomunicazione, media e servizi postali - sono per il 2017 una fetta importante di Pil, il 3%, con un business da 54,2 miliardi di euro, in crescita dell'1,2%. Per il presidente dell'Autorità per le garanzie delle comunicazioni, Angelo Marcello Cardani, nel comparto però ci sono differenze sostanziali. Da una parte ci sono le comunicazioni che valgono 32,2 miliardi (+0,9%) e il settore postale che cresce del 6,6% a 7,4 miliardi; dall'altra i media, che calano dello 0,9% a quota 14,6 miliardi. La crisi dell'editoria non è una novità: i ricavi lo scorso anno sono scesi a 3,6 miliardi, -5,2%, per un settore che «nell'ultimo decennio ha perso all'incirca metà del suo peso economico», spiega il presidente del-

l'Agcom, secondo cui il problema investe «governo e Parlamento e richiede una riflessione di ampio respiro».

Ricavi in calo per la tv

La televisione resta comunque ancora il mezzo con la maggiore valenza informativa. I ricavi di questo settore però calano leggermente a 8,1 miliardi di euro (-2%). I padroni del mercato sono tre e occupano il 90% della torta delle risorse: al primo posto c'è 21st Century Fox/Sky Italia con una quota del 33% (+1%), poi la Rai con il 28% (-1,5%) e il gruppo Fininvest/Mediaset con il 28% (+0,1%). A seguire Discovery, con una quota del 2,7% e Cairo Communication all'1,5%. La tv in chiaro - dominata da Rai e Mediaset che detengono insieme l'82% dei ricavi - rappresenta ancora oltre la metà delle risorse del settore, il 58%, raggiungendo i 4,8 miliardi di euro. La pay tv invece - la cui leadership appartiene a Sky - si attesta sui 3,4 miliardi, pari al 42% dei ricavi.

Problema fake news

Nel corso della relazione - a cui rompendo una lunga tradizione non ha partecipato l'ad di Tim, Amos Genish - il presidente chiede una riflessione sui Big data, per arrivare a una disciplina dei mercati e alla trasparenza degli algoritmi. Oltre a questo viene sottolineato il pericolo fake news, che mettono a rischio gli «assetti democratici». Per questo, spiega Cardani, il contrasto alla disinformazione ed alla deriva delle fake news acquisisce senso solo se lo si colloca «nel contesto della difesa dei principi dei nostri ordinamenti democratici». —

© BY-ND: NO ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Un momento della relazione annuale di Agcom ieri a Roma

LAPRESSE



LA RELAZIONE DI AGCOM SU TELECOMUNICAZIONI E MEDIA

Cresce la «banda larga» italiana Boom della tv via Internet

Aumentano gli investimenti sulla rete fissa. A Sky, Rai e Mediaset il 90% delle risorse del settore televisivo

CONCORRENZA

Continua l'espansione di Open Fiber. E l'arrivo di Iliad movimentata il mobile

Maddalena Camera

■ Superano i 32 miliardi (+1,2%) i ricavi del settore delle telecomunicazioni in Italia nel 2017. E salgono a 54 miliardi, oltre il 3% del Pil nazionale, includendo media e servizi postali, ossia le altre due voci che compongono il mercato delle comunicazioni con una crescita dello 0,9%, un dato positivo dopo anni difficili. Lo dice la relazione annuale dell'Agcom, l'Autorità del settore presieduta da Angelo Cardani che ieri ha presentato i numeri al Parlamento. Il boom dei collegamenti a Internet ha fatto tornare il segno «più» agli investimenti infrastrutturali (+1,6%), che sono stati pari a 7 miliardi. Del resto la crescita del settore tlc è dovuta all'accelerazione registrata nella diffusione degli accessi broadband e ultrabroadband (ossia la rete in fibra) da rete fissa (+3,8%), in grado di compensare positivamente la complessiva riduzione registrata per i servizi

di rete mobile (-1,9%).

Il miglioramento delle prestazioni in termini di copertura delle reti a banda ultralarga è stato netto tanto che l'Italia è passata in un solo anno dal 23° posto nel 2016 al 13° nel 2017 nella classifica degli stati membri dell'Unione Europea. L'incremento del consumo di banda e traffico dati (+30%) è dovuto alla crescente domanda di contenuti video online su rete fissa e in misura maggiore da mobile (+48%).

Notevole dinamismo si osserva nel segmento dei servizi di accesso fixed wireless (Fwa), i cui ricavi mostrano una crescita prossima al 30%, con un numero di utenti che ha superato il milione. Il 2017 per Agcom è l'anno della «tv liquida», stimando in circa 3 milioni il pubblico dello streaming, e fino a 12 milioni quello abituale del download di contenuti televisivi sui smartphone e pc. La televisione tradizionale dimostra però segni di tenuta importanti, sia in termini di valore economico sia in termini di ascolti, con una audience media nel prime time serale stabilmente sopra i 25 milioni di contatti.

La Tv è inoltre ancora il mezz-

zo con la maggiore valenza informativa. Sky Italia, Rai e Mediaset detengono circa il 90% delle risorse complessive. Al primo posto si colloca Sky, con una quota del 33%. Seguono Rai e Mediaset entrambe al 28%. In continua discesa l'editoria, quotidiana e periodica, che decreta del 5,2% rispetto al 2016. Nell'ultimo decennio, il settore, ha perso circa metà del suo peso economico. Sale invece del 12% la pubblicità online che vede tra i maggiori beneficiari Google e Facebook. Il risultato è che la pubblicità sull'online vale ora 2,2 miliardi mentre la raccolta pubblicitaria di quotidiani, periodici e radio assieme non arriva a 1,9 miliardi. Agcom ritiene però che il ruolo della stampa sia fondamentale per l'informazione e chiede anche una riflessione profonda sul trattamento dei cosiddetti Big Data, che altro non sono che dati sensibili che gli utenti lasciano quando navigano in rete.

Quanto alla concorrenza nelle tlc sul mercato di rete fissa continua l'espansione della rete in fibra di Open Fiber nelle aree oggetto di finanziamenti pubblici, mentre nel mobile l'arrivo di Iliad ha creato nuova concorrenza nel settore.

I numeri

12

Sono i milioni di utenti che ogni giorno in Italia scaricano dai siti Internet contenuti video

7

Sono i miliardi di investimenti infrastrutturali per lo sviluppo della rete a banda ultralarga nel nostro Paese nel 2017

2,2

Sono i miliardi di euro di ricavi della pubblicità online in costante crescita a discapito dell'editoria tradizionale





GARANTE

Angelo Cardani
presidente
dell'Agcom

L'Agcom segnala rischi sui troppi dati digitali

*La richiesta di soluzioni per i Big Data
«Il 2017 è stato l'anno della tv liquida»*

Inizia l'era della telefonia mobile di quinta generazione con l'approvazione del bando di gara del 5G

PAOLO PITTALUGA

Non è più neppure un lontano parente di quel tubo catodico che in bianco e nero richiamava gli italiani in qualche occasione annuale ad ammirare la gara canora o ad ascoltare la notizia sconvolgente di quelle ore. È un oggetto di design, più vicino ad un computer che ad un banale ripetitore di immagini.

Eppure la televisione è tutt'ora – a dispetto di internet e non solo – il mezzo con la più grande valenza informativa. E lo è per la facilità e frequenza di accesso ma pure per l'attendibilità che le viene riconosciuta. Nonostante la società viva nei Big Data, i dati digitali che circolano su Internet, con tutti i nodi – che vengono al pettine – generati da quella sorta di monopolio esercitato da Facebook, Google e Apple. E crescono le forme di accesso non tradizionali alla tv: guardiamo sempre più «televisione liquida»: 3 milioni di italiani nel 2017 hanno seguito abitualmente la tv in streaming (si stima che a maggio 2018 abbiano toccato i 3,5 milioni) e tra i 9 e i 12 milioni hanno scaricato contenuti sui device. Però la cara, vecchia tv resiste, per ascolti e risorse, con Fox-Sky regina del mercato al 33% (in crescita di 1

punto), seguita da Rai al 28%, in contrazione di 1 punto e mezzo e poi sempre al 28% Fininvest/Mediaset.

È quello che emerge dalla relazione del presidente dell'Autorità per le garanzie delle comunicazioni (Agicom), Angelo Marcello Cardani, nell'annuale intervento al Parlamento. Cardani ha tratteggiato un settore che nel 2017 ha raggiunto i 54,2 miliardi di euro, in crescita dell'1,2%, ma ha due facce: da una parte le comunicazioni, che valgono 32,2 miliardi (+0,9%), e il settore postale che balza del 6,6% a 7,4 miliardi, dall'altra i media, che calano dello 0,9% a 14,6 miliardi. E l'editoria è in crisi: 3,6 miliardi di ricavi, -5,2%, per un settore che «nell'ultimo decennio ha perso all'incirca metà del peso economico». Un problema che richiede «una riflessione di ampio respiro» anche politico. Il cosmo politico non può esimersi dal considerare, secondo Cardani, l'utilizzo dei Big Data, ossia l'impiego quasi assillante di algoritmi che trasformano in dati «le relazioni sociali» come Facebook, «i rapporti di lavoro» come LinkedIn, «le opinioni e gli orientamenti» come Twitter, «le propensioni al consumo, i gusti e le capacità di spesa» come Amazon e «tutto questo insieme», Google. Uno scenario allarmante perché va considerato che «sono sei le App installate da più di un miliardo di utenti nel mondo e tre imprese detengono otto delle dieci app più scaricate: Facebook, Google e Apple». Urgono interventi: disciplina dei mercati, trasparenza degli algoritmi

e proprietà dei dati. Cardani ha invitato poi ad aggiornare la par condicio e ha sollecitato un'informazione più pluralista e «più vocata al contraddittorio», «plurale, professionale, trasparente e verificabile nelle sue fonti, autorevole e credibile quanto ai suoi contenuti» che resta «un valore fondante» della democrazia, minacciata dalla «deriva delle fake news». La Relazione analizza le abitudini degli utenti: il 2017, ha spiegato Cardani, è stato «l'anno della consacrazione della tv liquida», grazie all'ingresso di competitor come Netflix e Amazon che si consolidano con le reti a banda larga e ultra-larga.

Intanto inizia l'era della telefonia mobile di quinta generazione, con l'approvazione del bando del 5G come annunciato dal ministro Luigi Di Maio. La rete 5G, con prestazioni e velocità molto più elevate dell'attuale 4G, è considerata la tecnologia internet che permetterà di sviluppare al massimo le potenzialità della digitalizzazione: dall'intelligenza artificiale all'internet delle cose, dalle blockchain ai pagamenti digitali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Angelo Marcello Cardani, presidente dell'Agcom *(LaPresse)*

Agcom: «Subito regole per frenare il dilagare dei colossi Usa del web»

►Il presidente Cardani invita la politica a riflettere sui dati in mano ai Big e sulla deriva delle fake news ►Nel 2017 boom della tv “liquida”: 15 milioni di italiani utilizzano lo streaming o scaricano contenuti sui device

I ricavi nel 2017

Il settore delle comunicazioni, secondo la relazione di Agcom



Fonte

ANSA centimetri

IN CRESCITA L'ONLINE, MA SOFFRONO QUOTIDIANI E PERIODICI TRADIZIONALI L'AUTHORITY AL GOVERNO: «È IN GIOCO UN BENE DI VALORE STRATEGICO»

NEL 2017 IL SETTORE DELLE COMUNICAZIONI È COMPLESSIVAMENTE CRESCIUTO DELL'1,2% A 54 MILIARDI. PIÙ 3,8% LA BANDA ULTRALARGA

LA RELAZIONE

ROMA Riflessioni e regole, «regole ex ante e riflessioni di ampio respiro». È tutta in questa frase la sfida di governo e Parlamento su Big data e informazione per Angelo Marcello Cardani. Il numero uno dell'Agcom non ha una ricetta, non ha una formula magica per gestire lo tsunami in atto, ma sa che bisogna cercarla in fretta. Rendendo per esempio accessibili i dati controllati da Facebook, Google e Apple. Perché i big del web rischiano di ingoiare tutto

in un solo boccone: diritti dei consumatori e diritto d'autore, ma anche la difesa della dignità degli uomini da odio e discriminazione e la sopravvivenza dei mezzi di informazione classici con tanto di rischi di deriva delle fake news e minacce per la costruzione del consenso.

Da parte sua l'Authority si sente chiamata in causa. Eccome se lo è. E l'analisi del mercato delle telecomunicazioni contenuta nella tradizionale relazione annuale dimostra che negli uffici dell'Authority lo studio del dossier è già partito da tempo. Lo sguardo è anche alle evoluzioni dietro l'angolo. Nell'epoca «della trasformazione in dati» in cui a «governare» su tutto è l'algoritmo, dice Cardani, governo e parlamento devono agire in fretta anche in vista dell'avvento del 5G e dell'Internet of things che farà «esplodere» il ruolo dei big data. Serve «una vera e propria strategia italiana sull'intelligenza artificiale», aggiunge il presidente. E per difenderci da Google&Co, ormai monopolisti de facto in un mercato in cui il monopolio è altro da quello classico, la possibile soluzione sono le regole «ex-ante», visto che le vecchie regole «ex post» sono inadatte. Senza contare poi il pro-



blema dell'uso secondario dei Big data, ossia il tema della trasparenza e della neutralità dell'algoritmo, il tema del governo eterodiretto delle opinioni pubbliche mondiali attraverso Big Data e data learning. Non un affare da poco. Dobbiamo chiederci dunque, spiega Cardani, «se accompagnare la regolazione che verrà verso una disciplina delle grandi piattaforme digitali e un approccio ex ante alla regolamentazione del dato».

LA MINACCIA

Dove sta andando il settore delle comunicazioni in Italia ce lo dicono i numeri. In un mercato da 54 miliardi (+1,2% rispetto al 2016) cresce il peso di Internet, grazie al successo dello streaming e della banda ultralarga (+3,8% per la rete fissa), ma soffrono tv, giornali e radio. Il 2017 è stato «l'anno della definitiva consacrazione della televisione "liquida", con una stima di 3 milioni di cittadini che guardano abitualmente la tv in streaming mentre un numero 3 o 4 volte superiore scarica abitualmente contenuti televisivi sui propri device».

In particolare, il settore media mostra una sostanziale tenuta (-0,9%), con una crescita dei ricavi pubblicitari globali. Ma a ben vedere, l'aumento della raccolta pubblicitaria «è dovuto esclusivamente all'on-line», in salita a due cifre a quota 2,2 miliardi (mentre la raccolta pubblicitaria di quotidiani, periodici e radio assieme non arriva a 1,9 miliardi), mentre la televisione perde un 2% di ricavi (ma tiene la pay tv).

In generale, gli investimenti pubblicitari globali sono sempre più re-indirizzati dai media tradizionali alle piattaforme online, Google e Facebook in testa, che complessivamente crescono di oltre il 12%. Così si spiega anche l'ennesimo calo di valore dell'editoria quotidiana e periodica, a 3,6 miliardi di ricavi (-5,2%). Soltanto nell'ultimo decennio, il comparto «ha perso metà del suo peso economico». Ma non è soltanto questo, il rosso profondo di un pezzo dell'economia, a preoccupare Cardani. In gioco «ci sono i destini di un bene di valore strategico e sociale come l'informazione». Spetta a governo e Parlamento tenerne conto.

Roberta Amoruso

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La relazione annuale. La televisione perde il 2%, la radio consolida la sua posizione

Agcom, comunicazioni a +1,2%

L'editoria cala del 5,2%. Cardani: in gioco bene strategico

DI MARCO LIVI

Nel 2017 le risorse economiche del settore delle comunicazioni ammontano complessivamente a oltre 54 miliardi di euro, in crescita dell'1,2% rispetto al 2016. È quanto ha fatto sapere l'Agcom nella Relazione annuale, presentata ieri alla camera dei deputati. La crescita del segmento delle telecomunicazioni, ha sottolineato il presidente dell'Autorità, **Angelo Marcello Cardani**, è dovuta essenzialmente all'accelerazione registrata nella diffusione degli accessi broadband e ultrabroadband da rete fissa. La diffusione dei servizi di accesso a **banda larga** si attesta a fine 2017, su base nazionale, al 27,4% della popolazione (25,7% a fine 2016) e al 63,9% delle famiglie (60,2% nel 2016). Relativamente agli accessi ultrabroadband, si rileva che la loro diffusione è pari al 7,5% della popolazione (3,8% nel 2016) e al 17,4% delle famiglie (9% nel 2016).

Il **settore media**, 14,6 miliardi di ricavi complessivi nel 2017 (-0,9%), presenta invece immagini differenti nei singoli comparti. «Il dato complessivo sembrerebbe deporre per una sostanziale tenuta», si legge nella relazione: di fatto «l'aumento della raccolta pubblicitaria è dovuto esclusivamente all'online, che cresce ancora a due cifre e vale ora 2,2 miliardi (la raccolta pubblicitaria di quotidiani, periodici e radio assieme non arriva a 1,9 miliardi), mentre quasi tutti i mezzi tradizionali registrano un andamento negativo».

La televisione perde un 2% di ricavi, ma con una significativa differenza tendenziale tra tv free (-3,5%) per via del canone Rai ridotto e tv pay (-0,2%). La radio, come già nel 2016, registra segnali di tenuta e consolidamento delle proprie posizioni tradizionali sia in termini di ricavi complessivi (626 milioni di euro, -0,7%), sia in termini di audience.

Il valore economico del settore dell'editoria quotidiana e periodica, al contrario, registra una ulteriore flessione: 3,6 miliardi di ricavi complessivi, ossia il -5,2%. Il settore nell'ultimo decennio ha perso all'incirca metà del suo peso economico. «Essendo qui in gioco non solo i destini di una filiera industriale, ma anche quelli di un bene di valore strategico e sociale quale l'informazione», ha evidenziato Cardani, «la crisi di questo comparto e la contestuale ascesa di internet quale tendenziale mezzo sostitutivo si configura quale tema di policy che interroga in primis governo e parlamento e che richiede una riflessione di ampio respiro».

Per questi motivi è a «largo raggio» l'attività dell'Agcom a tutela del pluralismo informativo. Si tratta di una attività svolta «in modo continuativo e senza trascurare le dinamiche dei mercati, ma che, in ossequio all'articolo 21 della Costituzione e per effetto del mandato del legislatore, svolgiamo con particolare attenzione nel corso delle campagne elettorali».

«**Internet**, a sua volta, cresce come mezzo di informazione, oltre che come veicolo pubblicitario», ha aggiunto Cardani, avvertendo che «tuttavia l'attendibilità percepita delle fonti informative online, come testimonia la nostra ultima ricerca sui consumi di informazione, rimane mediamente inferiore rispetto a quella

delle fonti tradizionali. Altro elemento interessante consiste nella tendenza degli ita-

liani ad accedere all'informazione online prevalentemente attraverso fonti algoritmiche, in particolare social network e motori di ricerca».

Cardani si è poi soffermato sul problema della gestione dei big data, che «chiama in causa il legislatore attorno ad un dilemma strategico: se l'immensa galassia Big Data debba restare tutta proprietaria, in nome del diritto dell'impresa e del segreto industriale; ovvero se esista una porzione più o meno rilevante di questi dati che possano essere resi trasparenti e liberamente accessibili sul presupposto della loro natura di bene pubblico».

Il presidente ha sottolineato come Google, Apple, Facebook, Amazon si impongano come monopolisti, «anche quando la loro posizione non corrisponde perfettamente al modello consueto di chi controlla un mercato».

—© Riproduzione riservata—



Angelo Marcello Cardani



Relazione annuale: le risorse del settore comunicazione aumentano dell'1,2% a 54 miliardi grazie a fibra e internet

Agcom: crescono le fake news e lo streaming video

DI MANUEL FOLLIS

Crescita dei servizi broadband e ultrabroadband, tenuta della pubblicità grazie all'online, aumento complessivo delle risorse del settore delle comunicazioni. Sono questi i principali contenuti emersi nel corso della relazione annuale dell'Agcom, con il suo presidente, Angelo Cardani, che ha anche sottolineato alcune storture del mondo dell'informazione, principalmente legate al monopolio degli Ott e alla diffusione sempre più frequente di fake news che mettono a rischio anche gli stessi assetti democratici. Partendo dai dati, nel 2017 le risorse economiche del settore comunicazioni ammontano complessivamente a più di 54 miliardi, in crescita dell'1,2% rispetto al 2016. Il settore media ha sostanzialmente tenuto (14,6 miliardi di ricavi complessivi, in flessione dello 0,9%) ma grazie alla raccolta pubblicitaria online salita a 2,2 miliardi, mentre la tv perde un 2% di ricavi (tv free -3,5% e tv pay -0,2%). La crescita del segmento delle tlc è dovuta essenzialmente all'accelerazione registrata nella diffusione degli accessi broadband e ultrabroadband da rete fissa. Nel 2017 la diffusione dei servizi di accesso a banda larga si attesta al 27,4% della popolazione (25,7% a fine 2016) e quella degli accessi ultrabroadband è pari al 7,5% della popolazione (3,8% nel 2016), ma sempre con grandi differenze tra Nord e Sud. Il 2017 sarà ricordato, in generale, come l'anno della definitiva consacrazione della «televisione liqui-

da», con una stima di circa 3 milioni di cittadini che guardano abitualmente la tv in streaming e oltre 10 milioni che scaricano abitualmente contenuti televisivi sui propri device. Cardani ha spiegato che internet cresce ovviamente anche «come mezzo di informazione, oltre che come veicolo pubblicitario», sottolineando che la tendenza è «accedere all'informazione online prevalentemente attraverso social o motori di ricerca» e che «l'attendibilità percepita delle fonti informative online rimane mediamente inferiore rispetto a quella delle fonti tradizionali». Da questo punto di vista, il contrasto alla disinformazione e alla deriva delle fake news acquisisce senso e sostanza solo se lo si colloca «nel contesto della difesa dei principi dei nostri ordinamenti democratici». Cardani si è infine soffermato sul problema della gestione dei big data, che «chiama in causa il legislatore attorno ad un dilemma strategico». Il rischio è un ecosistema governato da poche grandi multinazionali caratterizzate da elevate barriere all'entrata, tendenza al monopolio, crescenti e strutturali asimmetrie informative tra utenti ed operatori, concreti rischi di alterazione dell'ecosistema informativo planetario, allarmanti fenomeni di polarizzazione delle opinioni, crescente esposizione alle derive dell'odio (politico, razziale, religioso) e dell'abuso (stalking, cyberbullismo, omofobia). Per questo i paradigmi classici non bastano più a leggere lo scenario che abbiamo davanti. «Google, Apple, Facebook, Amazon si impongono come monopolisti, anche quando la loro posizione non corrisponde perfettamente al modello consueto di chi controlla un mercato». (riproduzione riservata)



Angelo Cardani



RELAZIONE ANNUALE AGCOM

Allarme per pericoli Big Data ed editoria mentre arriva il 5G

NINA VALOTI

■ Immersi nei Big Data, con tutti i rischi che la tendenza al monopolio di giganti come Facebook, Google e Apple comporta. Gli italiani guardano sempre più «televisione liquida»: 3 milioni nel 2017 hanno seguito abitualmente la tv in streaming e 9-12 milioni hanno scaricato contenuti sui propri device. Anche se la «vecchia» tv resiste, sia in termini di ascolti sia di risorse. È la fotografia scattata dal presidente dell'Autorità per le garanzie delle comunicazioni, Angelo Marcello Cardani, nella Relazione annuale al Parlamento.

Cardani ha delineato potenzialità e ombre di un comparto che lo scorso anno ha raggiunto quota 54,2 miliardi di euro, in crescita dell'1,2%, ma ha due facce: da una parte le comunicazioni, che valgono 32,2 miliardi (+0,9%), dall'altra i media, che calano dello 0,9% a quota 14,6 miliardi. E l'editoria è in crisi drammatica: 3,6 miliardi di ricavi nel 2017, -5,2%, per un settore che «nell'ultimo decennio ha perso all'incirca metà del suo peso economico».

Un problema che investe «governo e Parlamento» e richiede «una riflessione di ampio respiro». Ma c'è un altro aspetto dell'ecosistema digitale che merita spazio nell'agenda politica, a giudizio di Cardani: l'uso dei Big Data, l'impiego massiccio di algoritmi che trasformano in dati «le relazioni sociali» (Facebook), «i rapporti di lavoro» (LinkedIn), «le opinioni e gli orientamenti» (Twitter), «le propensioni al consumo, i gusti e le capacità di spesa» (Amazon) e «ragionevol-

mente, tutto questo insieme» (Google). Uno scenario allarmante - delineato in modo netto nella Relazione, anche se Cardani salta questi passaggi nel discorso, «per motivi di tempo» spiegano dall'Agcom - tanto più se si considera che «sono sei le App installate da più di un miliardo di utenti nel mondo e tre imprese detengono otto delle dieci app più scaricate: Facebook, Google e Apple». Le soluzioni corrono lungo tre direttrici: disciplina dei mercati, anche attraverso norme «ex ante»; neutralità e trasparenza degli algoritmi; proprietà dei dati. Cardani chiama in causa ancora il legislatore sul fronte della par condicio, che «è datata» e va aggiornata. Ma invita anche a un'informazione più pluralista e «più vocata al contraddittorio».

Il tutto mentre sta per arrivare una nuova rivoluzione tecnologica: il 5g. l'era della telefonia mobile di quinta generazione. È infatti stato approvato il bando di gara del 5G, con il relativo disciplinare, e i testi saranno disponibili sul sito del Mise dopo che saranno pubblicati in Gazzetta Ufficiale. Ad annunciarlo è stato lo stesso Ministro Luigi Di Maio, riconoscendo che la procedura di gara nasce dalle disposizioni della legge di Bilancio 2018, che prevedeva «importanti misure economiche per favorire la transizione alla nuova tecnologia 5G». Dall'asta lo Stato stima un incasso di 2,5 miliardi di euro, di cui la metà già da quest'anno. La gara dovrebbe concludersi a settembre. A fine maggio l'AgCom aveva messo a punto le regole, che non avevano il favore di tutti.



Il prossimo rischio del web? I «big data»

Agcom La relazione del presidente Cardani sullo stato delle comunicazioni
Ricavi del settore a 54,2 miliardi. Editoria in calo ed è boom per lo streaming

Televisione

Fico riapre il dossier
del conflitto di interessi
Valerio Maccari

■ Boom dello streaming, crollo dell'editoria quotidiana e periodica. E, dopo l'esplosione del cancro delle fake news un nuovo rischio all'orizzonte, connesso questa volta all'uso - e al possibile abuso - dei big data. È una relazione con più ombre che luci, quella presentata quest'anno al parlamento dal presidente di Agcom Angelo Marcello Cardani. Che dipinge il sistema della comunicazione italiana come un settore in crescita, sì, nei ricavi; ma anche e soprattutto nelle sue problematicità.

Comunicazione, crescono i ricavi

Secondo le stime di Agcom, nel 2017 i ricavi del settore comunicazioni si sono attestati su 54,2 miliardi, in crescita dell'1,2% sull'anno precedente. In particolare, il fatturato delle telecomunicazioni - che include le reti, fisse e mobili - è salito a oltre 32 miliardi di euro, lo 0,9% in più del 2016. Quasi boom, invece, per i ricavi dei servizi postali, in aumento del 6,6% a 7,4 miliardi. Unico segno meno, invece, è per il settore media, che si riferisce a tv, radio e editoria, che perde lo 0,9% scendendo a 14,6 miliardi, trainata verso il basso dai vecchi media.

La crisi dell'editoria

A soffrire è soprattutto l'editoria quotidiana e periodica: nel 2017 il valore economico registra una ulteriore flessione del -5,2%, arrivando a 3,6 miliardi di ricavi complessivi. «Nell'ultimo decennio il settore ha perso all'incirca metà del suo peso economico», spiega Cardani, che sottolinea come la crisi dell'editoria e «la contestuale ascesa di Internet quale tendenziale mezzo sostitutivo pone un problema che richiede una rifles-

sione di ampio respiro e che investe governo e Parlamento».

Boom di streaming e pubblicità online

«Nel 2017 - si legge nella relazione - sono circa 3 milioni i cittadini che guardano abitualmente la tv in streaming e in numero 3/4 volte superiore che scaricano abitualmente contenuti televisivi sui propri device». Tra i leader del nuovo mercato Netflix e Amazon, che nei primi mesi del 2017 ha fatto il proprio ingresso nell'offerta di contenuti audiovisivi a pagamento con il servizio Amazon Prime Video. L'on line traina anche l'aumento della raccolta pubblicitaria: quella sul web vale 2,2 miliardi, quella di quotidiani e radio insieme 1,9.

Allarme concentrazione

Nonostante lo streaming, la tv tradizionale dà segnali di tenuta, ed è anche il mezzo di informazione che mantiene la maggiore autorevolezza. Persiste, però, il vecchio problema dell'eccessiva concentrazione. Nel settore, dice la relazione, i primi 3 operatori detengono nel 2017 circa il 90% delle risorse complessive e «quote non dissimili fra di loro»: al primo posto si colloca 21st Century Fox/Sky Italia con una quota del 33%; segue il gruppo Rai con oltre il 28%, pur in contrazione. Al terzo posto, con un peso pari al 28%, il gruppo Fininvest/ Mediaset. Soglie di concentrazione che, per il Presidente della Camera Roberto Fico, «dovrebbero costituire per il legislatore il presupposto di un ragionamento non più rinviabile sul conflitto di interessi».

Banda larga, Italia 13esima in Ue

Qualche progresso anche sulla banda larga. L'Italia scala posizioni nella classifica europea, «pur in un contesto di chiaroscuri che mantengono l'Italia in una posizione piuttosto arretrata rispetto alla media UE7». Si registrano comunque «dinamiche positive in particolare con riguardo alla concorrenzialità dei mercati e ai progressi nella diffusione delle infrastrutture a larga e larghissima banda». «In particolare - spiega il presidente - il miglioramento delle prestazioni in termini di copertura delle reti è netto e ha portato l'Italia, in un solo anno, dal 23esimo posto nel 2016 al 13esimo nel 2017».

3,6

Miliardi
I ricavi
dell'editoria
tradizionale
in discesa
del 5,2%





Parlamento
Ieri il
presidente
dell'Agcom
Cardani ha
presentato
la relazione
2017 davanti
al presidente
Mattarella

Relazione Agcom: editoria, radio e tv in affanno

I colossi di internet si mangiano l'industria della comunicazione

■■■ Google e Facebook continuano a rosicchiare fette importanti del budget pubblicitario totale. Se è vero che internet vola (sia pure con valori ancora marginali), tengono bene radio e tv, mentre crolla l'editoria tradizionale. Il tradizionale rapporto annuale dell'Autorità per le comunicazioni, cristallizza il cambiamento di abitudini degli italiani. Secondo l'Agcom i ricavi del settore e dei singoli segmenti (telecomunicazioni, media e servizi postali), rappresentano complessivamente nel 2017 oltre il 3% del Pil nazionale, con un business da oltre 54 miliardi di euro, in crescita dell'1,2%. L'Autorità evidenzia che nell'ultimo anno è decollato il pubblico della tv in *streaming* (3 milioni di utenti), e fino a 12 milioni quello abituale del *download* di contenuti televisivi sui propri device. La televisione tradizionale tiene (come valore economico, ascolti, e audience media nel *prime time* serale sopra i 25 milioni di contatti). La Tv è ancora il mezzo con la maggiore valenza informativa. con 21st Century Fox/Sky Italia, Rai e Mediaset che detengono circa il 90% delle risorse complessive. In profonda crisi l'editoria (quotidiana e periodica), in caduta inarrestabile: sono stati 3,6 miliardi i ricavi complessivi del 2017 (-5,2%). Nell'ultimo decennio ha perso circa metà del suo peso economico. Caduta che preoccupa il presidente dell'Agcom, Angelo Marcello Cardani, visto che sono «in gioco non solo i destini di una filiera industriale, ma anche quelli di un bene di valore strategico e sociale quale l'informazione». L'Autorità chiede a governo e parlamento «una riflessione di ampio respiro». Non è un segreto che nel settore dei media i ricavi scendono a quota 14,6 miliardi di euro (-0,9%), mentre crescono gli introiti pubblicitari globali grazie soprattutto all'online. Unica voce in attivo è infatti l'online, che cresce ancora a due cifre e vale 2,2 miliardi (la raccolta pubblicitaria di quotidiani, periodici e radio assieme non arriva a 1,9 miliardi). Un trend positivo quello internet di cui beneficiano soprattutto Google e Facebook ma non opportunamente normato, soprattutto per quanto riguarda fake news.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Google e Facebook multate

La difesa: Android? È gratuito

L'Ue chiede a Mountain View 2,4 miliardi, Londra 565 mila euro al social network

Cambridge Analytica

La società di Mark Zuckerberg sanzionata per il caso dei dati Cambridge Analytica

MILANO Abuso di posizione dominante di Android, il sistema operativo per telefonia mobile: è questa la ragione per cui l'Unione europea imporrà una maximulta a Google. La sanzione potrebbe superare quella da 2,4 miliardi di euro imposta l'anno scorso al colosso di Mountain View per abuso di posizione dominante del motore di ricerca. Secondo alcune fonti, questa volta si potrebbero toccare i 10 miliardi di euro.

L'autorità antitrust dell'Unione europea ritiene infatti che Alphabet, la holding a cui fa capo Google, possa avere ostacolato i potenziali concorrenti per tutelare le attività legate alla pubblicità mobile e che Google possa aver imposto condizioni illegali sui produttori di dispositivi Android, a danno della concorrenza e dei consumatori, la cui possibilità di scelta sarebbe stata ridotta. Per il momento non è dato sapere che misure correttive Bruxelles imporrà alla società, ma è

possibile che siano richieste modifiche dei contratti che Google sigla con le aziende che producono gli smartphone con sistema operativo Android.

«Nel 2007, abbiamo lanciato Android, un sistema operativo gratuito e open-source. Gli smartphone di allora erano una rarità costosa. Volevamo cambiarlo — stimolare l'innovazione e aumentare la scelta per i consumatori — e ha funzionato», ha commentato il senior vice president di Google Kent Walker. Per «difendersi» ha poi fatto riferimento alla «democratizzazione», cavallo di battaglia del colosso: «Android consente ai produttori di non acquistare o costruire costosi sistemi operativi mobili. Di conseguenza, gli smartphone sono ora disponibili a prezzi sensibilmente più bassi e sono diventati molto più accessibili — aggiunge —. Oggi, oltre 24.000 dispositivi di 1.300 marchi funzionano su Android. Gli sviluppatori europei sono in grado di distribuire le loro app a oltre un miliardo di persone in tutto il mondo. Android non è una «strada a senso unico»: è un'autostrada di scelte multi-

corsia».

La sanzione era già stata annunciata da Bruxelles lo scorso giugno. Google aveva subito negato le accuse ma da parte dell'Unione Europea non c'è stato nessun segno di apertura, neanche in termini di possibile patteggiamento.

Anche Mark Zuckerberg non è incolume da grattacapi dovuti a nuove multe. È scattata ieri la prima sanzione per Facebook per omesso controllo sul caso di Cambridge Analytica. Ad annunciarla è stata l'autorità britannica per la privacy e la protezione dei dati personali (Information Commissioner's Office, Ico) per un ammontare di circa 500 mila sterline (oltre 565 mila euro). Si tratta del massimo previsto dalla vecchia normativa in vigore nel Regno Unito all'epoca dei fatti, ma in cifra assoluta una penalità modesta «per una contravvenzione molto grave», ammette Elizabeth Denham, responsabile dell'Ico, sottolineando come la nuova legge potrebbe permettere di infliggere un'ammenda di decine se non centinaia di milioni di sterline.

Giulia Cimpanelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sanzioni

● I giganti del web sono entrati nel mirino delle sanzioni previste dall'Antitrust europeo e dell'autorità britannica per la protezione della privacy

● Per Facebook la sanzione di 500 mila sterline inflitta alla società di Menlo Park riguarda gli omessi controlli sul caso Cambridge Analytica

● La multa per Google potrebbe invece superare i 2,4 miliardi di euro per l'accusa di aver ostacolato i concorrenti potenziali





Al vertice

Sundar Pichai (a sinistra), 46 anni compiuti oggi, è il ceo di Google da ottobre del 2015.

Mark Zuckerberg, 34 anni, è fondatore, presidente e ad di Facebook

L'Antitrust

Google frena la concorrenza l'Ue pronta a una maximulta

Abuso di posizione dominante per Android. Possibile sanzione di oltre 2 miliardi

Dal nostro corrispondente

ALBERTO D'ARGENIO, BRUXELLES

La Commissione europea è pronta a colpire nuovamente Google, sempre per abuso di posizione dominante e con una multa che potrebbe far segnare un nuovo record per l'Antitrust comunitaria. Nel mirino della titolare per la Concorrenza nel collegio guidato da Juncker, la danese Margrethe Vestager, questa volta è Android, il sistema operativo di telefonia mobile sviluppato dal gigante di Mountain View sotto inchiesta Ue da anni. La notizia riportata dal *Wall Street Journal* non è stata né smentita né confermata da Bruxelles. Lo scorso giugno l'azienda fondata da Larry Page e Sergey Brin era già stata colpita dalla Ue con l'allora multa Ue più salata di sempre: 2,4 miliardi contro il servizio Google Shopping, accusato di distorcere la concorrenza.

Questa volta la stangata potrebbe essere anche superiore ai 2,4 miliardi, fino a un massimo di 10, ovvero il 10% del giro d'affari globale che è il tetto massimo con il quale l'Europa può colpire le aziende che finiscono nel suo mirino. La sanzione dovrebbe essere accompagnata da richieste di modificare Android con una serie di rimedi per mettere fine all'abuso di posizione dominante. La richiesta potrebbe consistere nell'obbligo di modificare i contratti siglati con le società che producono gli smartphone con il sistema Android.

La Commissione Ue indaga da

tempo su questo secondo filone del caso Google, con il sospetto che Alphabet, la holding a cui fa capo il gigante di Internet, possa avere ostacolato i potenziali concorrenti per tutelare le attività legate alla pubblicità mobile. Bruxelles è quanto mai decisa a far rispettare le regole europee ai giganti della Rete. Da mesi si discute la Web Tax, un balzello Ue per costringere le multinazionali americane a pagare le tasse dove generano profitti visto che oggi riescono ad aggirare il fisco dei paesi europei grazie a una serie di accordi concessi loro dai governi dove installano i loro quartier generali nel Vecchio Continente (nel mirino specialmente Irlanda e Lussemburgo). Non solo, la Commissione ha proposto la contestata (dalla Silicon Valley) direttiva sul copyright appena bocciata con rinvio a settembre dall'Europarlamento dopo una battaglia che ha anche portato a minacce di morte contro i deputati di Strasburgo: la norma consentirebbe agli editori europei di ricevere un giusto compenso per l'utilizzo da parte delle piattaforme - Google o Facebook - delle notizie grazie alle quali realizzano ampi profitti in pubblicità e raccolta dati.

Lo scorso anno Google aveva opposto un ricorso da centinaia di migliaia di pagine contro la decisione della Commissione europea sul suo servizio Shopping: c'è da scommettere che farà altrettanto se Bruxelles confermerà la nuova maxi multa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Margrethe Vestager



Google, in arrivo maxi-multa Ue

La sanzione è attesa per i prossimi giorni e dovrebbe essere di diversi miliardi di euro. Il Garante per la concorrenza intende colpire il predominio di Mountain View nei sistemi operativi per smartphone

DI FRANCESCO COLAMARTINO
MF-DOWJONES

Nuovi guai in vista per Google sul fronte europeo, che sta diventando sempre più caldo per il motore di ricerca americano. Secondo quanto anticipato dal *Wall Street Journal*, l'Antitrust dell'Unione Europea dovrebbe infatti multare la controllata di Alphabet già la prossima settimana, con l'accusa di aver abusato della sua posizione dominante garantita dal sistema operativo per cellulari Android. Oltre a comminare una sanzione multi-miliardaria l'Unione Europea dovrebbe ordinare ad Android di cambiare le sue pratiche di business. A dirlo sono fonti vicine al dossier. Il sospetto è che Google abbia bloccato potenziali concorrenti per salvaguardare il suo business della pubblicità su cellulare. La multa potrebbe superare i 2,4 miliardi di euro. Va inoltre ricordato che una terza indagine formale su AdSense di Google è tuttora in corso.

Non è ancora chiaro quali saranno i rimedi che Bruxelles imporrà a Google. Potrebbe, per esempio, mettere nel mirino i contratti che il colosso di Mountain View guidato dal chief executive officer Sundar Pichai sigla con i produttori di cellulari che funzionano con sistema operativo Android. Più nel dettaglio, per l'Antitrust Ue Google avrebbe «usato le maniere forti» con i produttori di cellulari affinché installassero Google Search e il browser di internet Chrome sui loro dispositivi, vincolandoli al suo popolare negozio per app Play e, talvolta, pagandoli per installare Google in esclusiva. L'Unione Europea ha inoltre accusato Google di aver violato le regole sulla concorrenza, impedendo ai produttori di cellulari di vendere versioni ufficiali di Android. Questi accordi, sempre secondo Bruxelles, dovrebbero cambiare.

Lo scorso anno la Commissione Europea ha sanzionato Google per 2,42 miliardi di euro, accusandola di aver abusato della posizione dominante assunta del proprio motore di ricerca a spese dei competitor, come Foundem.co.uk e Kelkoo.com. Google ha fatto ricorso contro la decisione. Per le autorità europee queste alterazioni hanno portato Google ad aumentare il suo traffico di ben 45 volte nel Regno Unito e di 35 volte in Germania, a fronte di un calo di quello dei rivali dell'85% e del 92% nei due Paesi rispettivamente. La multa è stata, in ogni caso, inferiore al tetto massimo previsto dalle regole Ue, visto che sarebbe potuta arrivare al 10% del giro affari di Google (pari a 80 miliardi di euro nel 2016) e quindi a 8 miliardi. In seguito alla sanzione dello scorso anno Google ha iniziato a sottoporre a revisione milioni di risultati di ricerca in Europa. Il motore di ricerca da allora consente ai servizi di shopping comparabili a quello di Google di presentare offerte per comprare e rivendere spazi pubblicitari, tra quelli che compaiono in cima ai risultati di ricerca di Google in Europa. Google ha iniziato a competere con i rivali per cercare di ottenere i primi posti nei risultati di ricerca e ha stabilito un tetto massimo per le offerte, che può essere superato unicamente dai concorrenti. I quali possono comunque rivolgersi all'Unione Europea nel caso in cui le modifiche dovessero rivelarsi insufficienti.

Sul fronte borsistico c'è infine da segnalare che ieri a Wall Street il titolo Alphabet a poche ore dalla chiusura guadagnava comunque quasi il 2%. (riproduzione riservata)

Quotazioni, altre news e analisi su
www.milanofinanza.it/google



Sundar Pichai



La sede della Commissione Ue



La Lente

A sorpresa Amazon entra in Federlogistica Conftrasporto

di **Corinna De Cesare**

Prima l'ingresso dei sindacati, poi il dialogo, dopo le nuove assunzioni e ora anche l'adesione a Federlogistica Conftrasporto, l'associazione di Confcommercio che riunisce gli operatori della logistica mondiale. Se non è un'inversione a U, poco ci manca. Sembra che Amazon abbia tutta l'intenzione di voltare pagina e cambiare completamente lo storytelling della sua presenza in Italia. Dopo gli scioperi dei dipendenti per migliori condizioni di lavoro nel 2017 e lo storico accordo di Castel San Giovanni (Piacenza) che ha introdotto rotazione omogenea tra i reparti, premi e turni notturni volontari, ora il colosso fondato da Jeff Bezos entra anche nell'associazione di categoria, come ha annunciato ieri il nuovo presidente di Federlogistica Conftrasporto, Luigi Merlo. «Siamo lieti dell'ingresso di Amazon — ha spiegato Merlo in assemblea — un player di rilevanza internazionale, che sta investendo molto sul nostro Paese sia in termini di innovazione che di infrastrutture creando opportunità di sviluppo sia per le piccole e media imprese italiane in cerca di nuova linfa dal commercio online, sia per gli operatori minori della logistica». Solo due giorni fa Amazon ha annunciato infatti un'espansione in Italia (dove, dal 2010, ha investito oltre 1,6 miliardi) con 1.700 posti di lavoro a tempo indeterminato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Rappresentanza

Logistica, Amazon sceglie di entrare in Confraspporto

1.330

I dipendenti
interinali
di Amazon Italia
da stabilizzare

ROMA

A entrare in una associazione di categoria questa volta è l'azienda simbolo della disintermediazione: Amazon, il colosso del commercio elettronico, ha annunciato la sua adesione a Federlogistica-Confraspporto, la principale confederazione delle imprese del trasporto, della spedizione e della logistica. È l'associazione che tratta per conto delle imprese del settore tutto ciò che riguarda anche i contratti nazionali di lavoro. Luigi Merlo, nuovo presidente di Federlogistica, ha accolto l'annuncio con soddisfazione sostenendo che questo ingresso «creerà opportunità di sviluppo» per le piccole e medie imprese italiane e «per gli operatori minori della logistica». A giugno l'Ispettorato del Lavoro aveva notificato ad Amazon Italia Logistica l'obbligo di stabilizzare 1.330 «interinali» in esubero rispetto alle quote stabilite dalla legge.



Passaggio al rallenti a Industria 4.0 Solo l'11,8% delle imprese in crescita

Il passaggio a «Industria 4.0» ha riguardato, in Italia, una componente ancora limitata di imprese. Esistono tuttavia alcuni fattori abilitanti in grado di accelerare lo sviluppo di nuovi paradigmi tecnologici e l'aumento della competitività. Tra questi, l'appartenenza agli ambiti delle smart specialization e la partecipazione alle catene globali del valore (insieme di attività svolte da imprese di paesi diversi che va dall'ideazione alla vendita all'utilizzatore finale del prodotto) e a network d'impresa su scala locale.

È quanto emerge da uno studio effettuato da Cassa depositi e prestiti sul sistema produttivo italiano. Le aziende che appartengono a Catene del Valore (locali e/o globali) presentano, infatti, una maggiore propensione all'innovazione e agli investimenti in ricerca e sviluppo. Le pressioni competitive derivanti dalla proiezione internazionale operano, tra l'altro, come volano del cambiamento e della diffusione di nuovi modelli produttivi anche per i subfornitori e lungo tutta la filiera.

Tali dinamiche risultano, tuttavia, interessare soltanto una parte del sistema produttivo. In questa prospettiva, dall'analisi emerge l'identificazione di quattro tipologie di imprese, dalle non innovative a quelle «fortemente dinamiche», che riflettono al meglio tutte quelle caratteristiche integrate dell'industria 4.0. In quest'ultima categoria, che rappresenta l'11,8% delle aziende e il 31,2% degli addetti, si evidenzia una maggiore quota di fatturato derivato da prodotti innovativi (11,2%) e all'estero (37,6%), e una maggiore produttività del lavoro, anche in ragione di una quota più significativa di addetti con un alto livello d'istruzione (14,0%). Esiste, si legge nella guida, ancora una parte significativa del sistema produttivo, pari al 59,4% delle imprese e al 27,6% degli addetti, che presenta maggiore staticità rispetto ai temi dell'innovazione.

Marco Ottaviano



All'Industria 4.0 serve una rivoluzione culturale

DI MATTEO RIZZI

L'innovazione digitale dell'industria manifatturiera può passare soltanto attraverso il sostegno di una rivoluzione culturale delle imprese. Un lavoro che non coinvolga soltanto i policy maker, ma che si concretizzi attraverso le istituzioni del territorio, dalle associazioni di categoria alle camere di commercio, dai Digital Innovation Hub e i Competence center. Questo è quanto emerge dal percorso di EY che, con il sostegno di Samsung, ha raccolto la testimonianza di oltre 200 società italiane dai settori e dalle dimensioni eterogenee con l'obiettivo di dare il via a un confronto sul processo di digitalizzazione delle aziende. L'analisi è stata avviata dalla necessità di alcune società che, durante l'avvio del proprio processo di digitalizzazione, volevano confrontarsi con altre realtà già all'interno del percorso. Attraverso quattro workshop organizzati nelle aree a più alta vocazione industriale del Paese (Bergamo, Padova, Bari e Bologna), tra febbraio e giugno 2018, gli imprenditori hanno avuto modo di confrontarsi su sei macroaree prescelte. «Da questo sono emersi degli spunti molto interessanti», spiega Marco Mignani, Med Industrial Products Leader di EY che ha costruito il progetto. «Si sono riscontrate delle bellissime progettualità di digitalizzazione del processo su alcuni prodotti specifici aziendali, ma nelle società è molto meno frequente disporre di una rete digitale espansiva che copra tutti i processi». Il risultato è la creazione di tentativi specifici su

singoli ambiti e non un'analisi sistematica attraverso un progetto digitale. «Delle 200 società coinvolte, abbiamo identificato circa 100 aziende prive di una totale innovazione digitale. Prive sia di una progettualità che di interventi specifici», continua Mignani. «Ed è emerso che la mancanza di innovazione digitale è direttamente correlata alla dimensione della società, spesso della piccola media impresa. Ma la chiave di lettura non è la mancanza di un adeguato investimento finanziario, ma è quello della cultura». Le imprese innovative sono infatti quelle che hanno portato avanti la digitalizzazione all'interno della propria tradizione. «Molte aziende che più di altre sono state innovative, sono quelle che da più tempo hanno investito nella cultura digitale e dove il management ha saputo indirizzare i processi aziendali guidandoli attraverso la rivoluzione digitale». Si tratta quindi di un problema non finanziario ma culturale. «Oggi la tecnologia è già disponibile a prezzi limitati e gli incentivi all'investimento del precedente governo attraverso il decreto Calenda sono andati in questa direzione». Ma come sostenere le imprese nella direzione della digitalizzazione? «Non ci può essere una strategia unitaria dato che la situazione del settore è estremamente variegata. Per le imprese già al passo con i tempi è necessario facilitare la ricerca innovativa, incrementare il rapporto con le università, potenziare la proprietà intellettuale. Per le aziende meno evolute serve lavorare sulla cultura digitale e tutti i player devono dare il proprio contributo», ha concluso Mignani (riproduzione riservata)



AT&T, maxi-round sulla realtà aumentata

HI-TECH

Il gruppo delle tlc distribuirà Magic Leap, visore creato da una startup da sei miliardi

Il colosso delle tlc americane AT&T si è unito agli investitori nel round per finanziare una startup che sta lavorando a un dispositivo innovativo per la realtà aumentata. La startup si chiama Magic Leap. Nell'ultimo round chiuso a marzo ha raccolto 963 milioni di dollari. Da quando è stata fondata il conto della raccolta ha raggiunto la cifra considerevole di 2,3 miliardi di dollari. È portato il valore della startup della realtà virtuale oltre i 6 miliardi di dollari. Con finanziatori molto noti, i principali operatori globali dell'hi-tech, fondi sovrani e grandi banche: dai gruppi americani, come Alphabet, la holding che controlla Google, a Qualcomm, alla Warner Bros di Time Warner, alle banche come Jp-Morgan. Fino al gruppo cinese di Jack Ma Alibaba, a Temasek Holding, fondo di investimenti del governo di Singapore, e al fondo sovrano saudita Pif e al suo visionario principe Mbs, il giovane Mohammed Bin Salman.

Magic Leap ha sviluppato un visore portatile, leggero e indossabile, che crea oggetti virtuali realistici che si fondono perfettamente con oggetti reali se visualizzati attraverso le cuffie del primo dispositivo denominato Magic Leap One, che ver-

rà distribuito in esclusiva da AT&T prima della fine dell'anno. A partire dai suoi store di Atlanta, Boston, Chicago e Los Angeles e San Francisco per poi allargarsi gradualmente a tutti gli Stati Uniti.

«Questa tecnologia avanzata consente al nostro cervello di elaborare in modo naturale gli oggetti digitali nello stesso modo in cui realizziamo oggetti reali, rendendoli comodi da usare per lunghi periodi di tempo», scrive in una nota Magic Leap. Che ha sviluppato in questi anni segretamente le sue tecnologie, mentre Facebook lanciava il suo visore per la realtà aumentata Oculus.

Magic Leap One è un visore per la realtà aumentata che si collega a un piccolo computer portatile che può essere legato in vita a una cintura. Mentre i visori per la realtà virtuale in commercio finora devono essere collegati a un pc molto potente per poter funzionare.

AT&T ha definito l'accordo «un rapporto commerciale e un investimento esclusivo per gli Stati Uniti», anche se non ha fatto sapere quanto ha investito nella startup. Quando alla fine dell'anno Magic Leap One sarà disponibile, i clienti di AT&T saranno i primi a poterlo provare nei suoi punti vendita. Magic Leap ha anche un accordo con Nba, per un progetto che permetterà di vedere le partite attraverso il visore, e con la LucasFilm la società del gruppo Disney che produce i film e i prodotti legati alla saga di Star Wars.

— Ri.Ba.

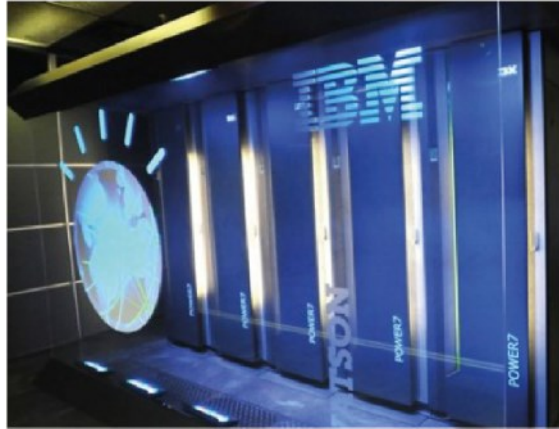
© RIPRODUZIONE RISERVATA



CLOUD COMPUTING

**Le sei società scelte da Ibm
per l'uso avanzato di Ai**

Ibm ha annunciato contratti con sei importanti organizzazioni europee che hanno scelto IBM Cloud per accedere a tecnologie avanzate come AI, blockchain e analytics. Tra queste ci sono l'olandese Koopman Logistics, la società editoriale multimediale italiana Gruppo 24 Ore (l'editore del giornale che state leggendo ndr), il fornitore spagnolo di soluzioni digitali e mobile per la sanità Teckel Medical, la banca francese Crédit Mutuel, RS Components con sede nel Regno Unito e la multinazionale dell'illuminazione Osram AG. Nel caso del Sole 24 Ore i servizi Watson di AI su IBM Cloud sono utilizzati per aiutare legali e fiscalisti ad accedere facilmente a un corpus di 1,5 milioni di documenti, per rispondere con rapidità a complesse domande sulle leggi fiscali italiane



Sostenere l'agricoltura con una Web tax

POLITICHE UE

L'assemblea di Confagricoltura dice no ai tagli della Pac

Alessio Romeo

«Chiederemo ai signori del web di pagare una tassa alla Ue, magari per compensare i previsti tagli alla Politica agricola e per far crescere l'economia reale o anche, come ha proposto il ministro degli esteri Moavero, per finanziare le politiche di sviluppo in Africa e la lotta all'immigrazione clandestina».

Così il presidente dell'Europarlamento Antonio Tajani ha rilanciato la proposta della web tax per compensare l'impatto finanziario della Brexit intervenendo ieri all'assemblea di Confagricoltura che l'organizzazione agricola ha organizzato quest'anno a Bruxelles proprio per richiamare l'attenzione sui tagli al settore nel futuro bilancio Ue.

Quasi 3 miliardi in meno, il 15% rispetto al plafond attuale solo per l'Italia, con sullo sfondo lo spettro della rinazionalizzazione della

prima politica economica europea, come ha ricordato Paolo De Castro intervenuto con gli euro-parlamentari e gli assessori italiani insieme al ministro Centinaio.

«Nella politiche agricole i nostri veri ministri degli esteri sono gli euro-parlamentari e gli assessori regionali, con Governo e Parlamento italiano che hanno un ruolo di coordinamento e attuazione delle decisioni che si prendono a Bruxelles» ha detto il presidente di Confagricoltura Massimiliano Giansanti. «Al nuovo governo - ha aggiunto - chiediamo di scegliere una strategia per lo sviluppo dell'agricoltura perchè mentre i ministri passano abbiamo il prezzo del grano fermo da anni al minimo storico. I dazi dimostreranno che il made in Italy agricolo è un bluff, perché non è competitivo. Il maggior costo di importazione di beni primari sarà scaricato sull'agricoltura e saremo sconfitti dal mercato». Centinaio ha annunciato l'opposizione dell'Italia al tetto agli aiuti Pac («Sono assolutamente contrario») e confermato l'intenzione del Governo di reintrodurre I voucher «prima possibile».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PANORAMA

TLC

Il Giurì della pubblicità interviene su Iliad

La Iliad entrata sul mercato con un'offerta particolarmente aggressiva (minuti e sms illimitati, 30 Gb di navigazione web a 5,99 euro) sta testando quanto sia difficile il mercato italiano delle tlc. Dopo l'esposto di Tim - sulle Simbox (i distributori automatici di sim) e sul rispetto della legge Pisanu (le disposizioni antiterrorismo) per l'identificazione dei clienti - e dopo la diffida inviata dai consumatori di Codacons alla telco «che sta prendendo piede in Italia attraverso offerte commerciali molto aggressive ma che nasconderebbero profili di dubbia correttezza verso gli utenti», per la compagnia francese è arrivata la bacchettata del Giurì della pubblicità, a seguito di istanze presentate da Vodafone e Tim. L'Istituto dell'Autodisciplina pubblicitaria è intervenuto sullo spot Iliad bollandone come ingannevoli alcune parti: non fondata la promessa di una copertura generalizzata 4G+ e non adeguata indicazione di costi di attivazione (9,99 euro) e limiti di utilizzo dei dati in Europa (2 GB sui 30 GB totali inclusi nel pacchetto). Iliad dovrà pertanto intervenire entro 7 giorni lavorativi su spot e affissioni: a partire dal 20 luglio. Intanto su "riconvenzionale" di Iliad per Tim la frase "ovunque ti trovi" in alcuni claim andrà eliminata.

—**Andrea Biondi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Nel mirino.**

L'Istituto dell'Autodisciplina pubblicitaria ha bacchettato Iliad



TELEFONIA

La pubblicità di Iliad giudicata «ingannevole»

■ Lo Iap, l'Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria, ha giudicato ingannevoli alcune parti della campagna pubblicitaria di Iliad, la compagnia telefonica low cost da poco sbarcata in Italia con l'obiettivo di rivoluzionare il settore con tariffe particolarmente competitive. La procedura era iniziata su segnalazione di Telecom e di Vodafone. In particolare, è stata ritenuta non fondata la promessa di una copertura generalizzata 4G+. Inoltre, l'organismo ha reputato poco chiaro il messaggio sui costi di attivazione (9,99 euro) e sui limiti di utilizzo dei dati in Europa (2 Gb sui 30 Gb totali inclusi nel pacchetto). La compagnia dovrà interrompere la diffusione degli spot e delle affissioni oppure modificarli entro il 20 luglio.



Anche le Ferrovie nel risiko nomine Così si riapre la sfida per guidare Cdp

Fico e il conflitto di interessi: nei media alte concentrazioni, tema non più rinviabile

ROMA Negoziato politico alle ultime battute, ma ancora del tutto aperto, sul primo pacchetto di nomine del nuovo governo. Venerdì il ministero dell'Economia presenterà all'assemblea della Cassa depositi e prestiti una lista «unitaria», che ricomprenderà anche i tre membri candidati dalle Fondazioni, azioniste di minoranza. Ma non è detto che sia Maurizio Sala, oggi in Intesa San Paolo, il candidato del governo per la guida operativa della Cassa, sostenuto dalla Lega, come sembrava scontato fino a ieri. E mentre anche in Parlamento è stallo sulle designazioni dei vertici delle Commissioni di garanzia, il presidente della Camera, Roberto Fico, rilancia la necessità di una normativa sul conflitto di interesse.

La partita delle nomine alla guida delle società pubbliche, stando alle indiscrezioni, si sarebbe riaperta, con il partito di Matteo Salvini che ora punta decisamente sulle Ferrovie dello Stato, dove l'incarico

dell'amministratore delegato, Renato Mazzoncini, è in bilico. Dopo l'avviso di garanzia ricevuto, quest'ultimo, per statuto, deve essere confermato nell'incarico dall'assemblea. Ma per quel ruolo la Lega ha iniziato a spingere Giuseppe Bonomi, ex amministratore della Sea, la società degli aeroporti milanesi. Molando la presa sul vertice della Cdp, che torna in discussione.

Una delle poche certezze è che Massimo Tononi, indicato dalle Fondazioni, sarà il presidente. Tra i nomi segnalati dai consulenti del Tesoro per il ruolo di amministratore delegato ci sarebbero anche quelli di Dario Scannapieco, Stefano Scalera, Massimo Sarmi, oltre a Sala e a Francesco Palermo, attuale direttore generale, papabile per una promozione (e considerato il più vicino al M5S tra i candidati).

Matteo Salvini ha escluso che si sia parlato di nomine nel suo incontro con il premier Giuseppe Conte, ma ha fatto capire che l'accordo non

c'è ancora. A chi gli chiedeva se il governo avesse idee chiare sulle nomine, ha replicato con un sibillino: «Noi sì...».

Oltre a Cdp e a Fs, nel pacchetto in discussione c'è anche la poltrona del direttore generale del Tesoro, la più importante. Anche qui la situazione è tornata fluida, con le quotazioni di Alessandro Rivera, attuale dirigente del Mef, in calo. La nomina del dg deve in ogni caso passare dal Consiglio dei ministri, quindi ci vorrà qualche giorno, visto che oggi e venerdì il ministro dell'Economia, Giovanni Tria, sarà a Bruxelles.

Ieri, intanto, il presidente della Camera Roberto Fico, M5S, è tornato a sollecitare un dibattito sul conflitto di interessi. «Le soglie di concentrazione nel sistema dei media — ha detto — dovrebbero spingere a un ragionamento, non più rinviabile, su questa disciplina».

Mario Sensini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le tappe

● Per il 18 luglio è prevista l'elezione di quattro dei membri del cda della Rai da parte del Parlamento. In calendario ci sono anche le nomine del vertice della Cassa depositi e prestiti, dell'Autorità per l'energia, del Copasir (Comitato parlamentare per la sicurezza) e delle Fs



La parola

CDP

La Cassa depositi e prestiti è un ente statale nato nel 1850 con lo scopo di fare prestiti agli enti locali per permettere la realizzazione di opere pubbliche. Nel 2003 è stata trasformata in una società per azioni, controllata per oltre l'80% dal ministero del Tesoro. Il restante è detenuto da fondazioni bancarie.



LA BATTAGLIA DELLE NOMINE

Su Rai e Cdp Casaleggio scende in campo

FEDERICO CAPURSO

Sarà di certo una coincidenza, ma quando il M5S affronta i momenti più delicati della sua vita politica, Davide Casaleggio abbandona Milano e compare a Roma. E così è in questi giorni, in cui i fili del Movimento si sono aggrovigliati a quelli della Lega fino a portare a uno stallo nella partita delle nomine, dalla Cassa depositi e prestiti alla Rai. — p. 9

L'ideologo dei 5 Stelle negli uffici del movimento al Senato esamina i dossier

Cdp, Rai e Gestore dei servizi energetici Sulle nomine scende in campo Casaleggio

In calo Scannapieco,
cresce l'ipotesi
di Palermo per la guida
di Cassa Depositi

Rai: per la direzione
generale scende
Castellari (Viacom) sale
Vaccarone (Google)

RETROSCENA

FEDERICO CAPURSO
ROMA

Sarà di certo una coincidenza, ma quando il Movimento 5 stelle affronta i momenti più delicati della sua vita politica, Davide Casaleggio abbandona Milano e compare improvvisamente a Roma. E così è in questi giorni, in cui i fili del Movimento si sono aggrovigliati a quelli della Lega fino a portare a uno stallo nella pesantissima partita delle nomine in Cassa depositi e prestiti, Rai e Gestore dei servizi energetici.

Ecco che Casaleggio arriva nella Capitale, corre in Senato sfuggendo alle telecamere e si rintana negli uffici del partito, impegnato tra mille riunioni. Il primo faldone sul tavolo riguarda una questione privata, la gestione del suo sito web «Rousseau», pensato per essere il cuore pulsante della democrazia diretta nel Movimento, e che invece stenta a decollare. «Ma non è sufficiente il contributo mensile, ci vuole più impegno. Devono fare di

più», si ragiona negli uffici di Palazzo Madama, dove alla riunione è presente anche il fedelissimo Pietro Dettori, deputato e socio della stessa Rousseau. Fin qui, in effetti, i risultati ottenuti non sono esaltanti: il numero di proposte di legge di senatori e deputati M5S da discutere online con gli attivisti è ancora fermo a quota zero e gli iscritti non aumentano con i ritmi auspicati a inizio anno.

Casaleggio è chino sulle carte di Rousseau, ma nel suo orizzonte si stagliano imponenti i dossier delle nomine statali. Ignorarli è un'impresa. Ancor di più se due di questi - Cassa depositi e prestiti e Gestore servizi energetici - sono sempre stati ritenuti fondamentali da Davide Casaleggio e dal padre Gianroberto per la loro idea di sviluppo del Paese. Il figlio del cofondatore del M5S non ha mai nascosto il suo interesse per i destini di Cdp: «Dovrebbe diventare una banca pubblica per gli investimenti, come in Francia», disse a margine di un convegno a Roma - guarda caso - proprio mentre il governo gialloverde si stava formando. «Investimenti mirati, non a pioggia, che portino innovazione nelle imprese italiane». Una rivoluzione che ha bisogno di una guida. E per il ruolo di amministratore delegato, due profili in particolare avrebbero attirato l'attenzione di Casaleggio. Il primo nome è quello di Dario Scannapieco. Il curri-

culum sarebbe perfetto, dalla laurea ad Harvard alla vicepresidenza della Banca europea degli investimenti, fino alla presidenza del consiglio di amministrazione del Fondo europeo per gli investimenti. A rendere in salita la nomina, però, sarebbe il suo ruolo di membro nel comitato consultivo di Spencer Stuart Italia, la società di cacciatori di teste scelta dal ministro dell'Economia Giovanni Tria per selezionare proprio i candidati al ruolo di amministratore delegato della Cdp. Insomma, una questione di palese conflitto di interessi che avrebbe bruciato, almeno per ora, il nome fino a ieri più forte. Da qui la veloce avanzata, proprio in queste ore di residenza romana di Casaleggio, della candidatura di Fabrizio Palermo. Giovane, già direttore finanziario di Cdp, con un'esperienza in Morgan Stanley e in Fincantieri. Ma la lotta con la Lega e con il suo candidato, Marcello Sala, per il più importante e potente ente statale, è ancora serrata.

Piuttosto, oggi potrebbe essere il giorno buono per il rinnovo del cda del Gestore ser-



vizi energetici. Altro tenore, rispetto a Cdp, ma ugualmente importante nei piani «green» del Movimento. Tanto che, secondo quanto trapela, sarebbe stato Casaleggio a individuare i profili migliori. Anche qui, come in Cdp, in pole per la carica unica di amministratore delegato e presidente c'è un interno del Gse, Attilio Punzo, direttore del Monitoraggio operativo. Staccato invece Maurizio Di Marcotullio, consulente fiscale con esperienze nel settore delle energie rinnovabili.

Binario doppio anche per la Rai. Fino al momento dell'arrivo di Casaleggio era in pole per la carica di direttore generale Andrea Castellari, già dg a Discovery e ora a Viacom. Adesso, invece, è risalita la candidatura di Fabio Vaccarone, country director di Google Italia. Attenzione, però: «Casaleggio non si occupa mai di nomine», precisa il Movimento 5 stelle. Perché è un «semplice attivista», come si definisce lo stesso Casaleggio. Con una bizzarra passione per Roma. —

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Democracy has to be protected from data

Fining Facebook should only be the start of safeguarding voters

The UK information commissioner's imposition of a £500,000 fine on Facebook for breaching data laws indicates how seriously governments are belatedly taking a potential threat to democracy. The way that Facebook permitted its platform to be exploited to influence US voters is part of a phenomenon that should concern everyone who supports free and fair elections.

The fine for failing to stop a huge leak of data to Cambridge Analytica and not being clear about how it shared information with third parties could have been higher. It was the maximum permitted by a law that has now been strengthened under the EU's General Data Protection Regulation. The latter allows a fine of up to 4 per cent of global turnover, or \$1.6bn in Facebook's case.

This alone should make social media companies, data brokers, political parties and others take notice. But democracy is beyond price, and Elizabeth Denham, information commissioner, has done a sterling job in digging into the opaque world of voter targeting with personal data. As her report concludes, societies are "at a crucial juncture where trust and confidence in the integrity of our democratic process risks being undermined".

She raises significant concerns about how data may have been exploited in the Brexit campaign, chiefly by the official Leave and Remain organisations, as well as on the Remain side. But the Cambridge Analytica scandal involved voting in the 2016 US presidential election and these principles apply equally to democracy in other countries.

Elections traditionally involved parties putting forward manifestos of policies and then campaigning to influence voters on doorsteps and through the mass media. Such print and television campaigns can be highly sophisticated, but they are inevitably broad, seeking to appeal to swaths of individuals.

Internet and mobile technology, along with a huge volume of data stored on individuals' credit histories, shopping habits, and groups of friends permit more precise targeting.

That can include, for example, a political party sending an ad on crime prevention to mothers of teenagers in a particular area of a country. No one else may see it but them, leading in effect to hundreds of separate campaigns. The report describes "a profound effect whereby information asymmetry between different groups of voters is beginning to emerge". This targeting would raise serious questions, even if the rules were clearer.

In practice, technology has raced ahead of regulators and politicians' ability to grasp, let alone control, it. Political parties themselves have divided loyalties – when in government, they want to protect voters from intrusive harvesting of data. When they are campaigning, they want to use such technology to gather as many votes as they can as efficiently as possible.

Ms Denham highlights many issues of concern, from the loose manner in which companies including Facebook and other intermediaries have taken care of personal data, to the practice of parties matching individual voter records with online identities and commercial data. Some use software to infer sensitive details including ethnic origin that should be protected under European law.

Standards need to be tightened, including a statutory code of conduct for use of data in UK campaigns, as she recommends. Politicians also have to acknowledge their own conflicts of interest. They have started to scrutinise the practices of Facebook and others far more carefully, as they should; they must also encourage independent oversight of their own behaviour.

La democrazia deve essere protetta dalla violazione dei dati

