

Rassegna del 13/11/2019

Sole 24 Ore	12 Intervista a Marco Gay - «L'Italia può e deve cogliere i benefici del mondo digitale»	<i>Biondi Andrea</i>	1
Mf	9 Le Poste spingono per la quotazione del gruppo Sia a Piazza Affari - Le Poste spingono per l'ipo di Sia	<i>Valentini Paola</i>	2
Sole 24 Ore	6 Bankitalia: l'uso delle card può aumentare del 10%	<i>Colombo Davide</i>	3
Panorama	42 Intervista a Carl Pei - Il telefonino sparirà (sarà dappertutto intorno a te...)	<i>Morello Marco</i>	5
Panorama	8 Le spese pazze mai raccontate dell'Air Force Renzi	<i>Di Meo Simone</i>	8
La Verita'	11 Le spese folli per i videogiochi dell'Air Force Renzi - Air Force Renzi, 5,4 milioni di comfort in volo	<i>Di Meo Simone</i>	13
Italia Oggi	24 Cibo via web a 1,5 mld di clienti	<i>Settefonti Andrea</i>	15
Secolo XIX Navigatore	1 Shopping on line: ecco tutti i consigli per evitare le truffe	<i>Frojo Marco</i>	16
Fortune Italia	79 Il turismo è diventato digital (e dark)	<i>Balena Carlotta</i>	18
Fortune Italia	67 La rivoluzione che non aspetta	<i>Insenga Fabio</i>	24
Mf	13 Google accumula dati sanitari	<i>Bertolino Francesco</i>	29
Messaggero	25 Google, scandalo negli Usa: «Raccolti i dati di 50 milioni di persone malate» - Scandalo Google: «Raccolti i dati di milioni di pazienti»	<i>R.S.</i>	30
Stampa Tuttoscienze	31 Anche il capitalismo diventa immateriale - "Sorvegliati e profilati, 24 ore al giorno" Le controverse regole del web-capitalismo	<i>Assandri Fabrizio</i>	32
Stampa Tuttoscienze	31 "Ecco perché si deve assolvere la tecnologia"	<i>Beccaria Gabriele</i>	34
Panorama	46 Controcanto - Non staccate la spina ai social	<i>Veneziani Marcello</i>	35
Repubblica	25 "Presto una rete fissa" Iliad punta sull'Italia ma non su Open Fiber	<i>Bennewitz Sara</i>	37
Sole 24 Ore	19 Iliad traina le tlc di tutta Europa I ricavi salgono a 3,9 miliardi	<i>A.Bio.</i>	38
Repubblica	27 Vodafone Italia salgono i clienti in banda larga	<i>a.fon.</i>	39
Stampa	18 Huawei, un bollino per tutta la Ue "Così garantiamo la sicurezza al 5G"	<i>Ruffilli Bruno</i>	40
Italia Oggi	16 Cina, lanciato il 5G sta studiando il 6G	<i>Scarane Simonetta</i>	41
Messaggero	19 Tim-Open Fiber, ora spuntano due nuove società per la rete in fibra	<i>r.dim</i>	42
Giornale	6 Il giallo sul crollo del titolo valutato dall'avvocato Conte - Il giallo del crollo Retelit dopo il parere legale dell'«avvocato» Conte	<i>De Francesco Gian_Maria</i>	43
Mf	2 Comcast disegna un futuro da telco per Sky	<i>Montanari Andrea</i>	45

«L'Italia può e deve cogliere i benefici del mondo digitale»

L'INTERVISTA

MARCO GAY

Restano i nei della scarsità di competenze adeguate e di finanziamenti pubblici



MARCO GAY
Presidente
di Anitec
Assinform

Andrea Biondi

MILANO

«Il messaggio lo andiamo ripetendo da tempo, ma inascoltati se è vero come è vero che il mondo del digitale sta crescendo ma potrebbe crescere molto di più. I benefici di questo miglioramento continuano a non essere colti e a non guidare l'agenda politica come invece dovrebbero».

Considerazione amara quella di Marco Gay, presidente di Anitec Assinform, l'associazione di Confindustria che raggruppa le principali aziende dell'Ict. Oggi se ne parlerà nel convegno "Digitale per crescere" organizzato al Sole 24 Ore alla presenza, fra gli altri, del presidente di Confindustria Vincenzo Boccia e con un'intervista al ministro per l'innovazione Paola Pisano. Un'occasione per confrontarsi. Ma la discussione per Gay deve partire da un elemento da correggere: «Per il mercato del digitale è prevista una crescita del 2,8 per cento annuo di media sino al 2021. La digitalizzazione avanza, ma siamo ancora al di sotto delle potenzialità. E in definitiva si sta continuando a rimandare la soluzione di due problemi che invece sono prioritari».

A cosa si riferisce?

Penso alla scarsità di competenze digitali e a un finanziamento pubblico sul tema della ricerca e sviluppo nell'Ict che è marginale e non comparabile con quello dei Paesi guida dell'Europa. E questo è molto pericoloso se consideriamo il digitale come va considerato: e cioè come un abilitatore dello sviluppo dell'industria nel suo complesso. Il digitale non è un capitolo staccato dal resto. Questo è un pensiero che deriva da una visione miope e che non porta da nessuna parte.

Sul tema del rilievo dato a digitale e innovazione il Governo attuale ha però dato vita a uno specifico mini-

stero per l'Innovazione. Non è un segnale di interessamento?

La nomina di un ministro ad hoc, nella persona di Paola Pisano, non può che farci piacere e la consideriamo un importante segnale d'attenzione. Dalla digitalizzazione della Pa possono venire grandi occasioni di crescita per le Pmi che lavorano nell'It e per i cittadini che necessitano di servizi semplici, veloci e meno burocratizzati. Il digitale è un abilitatore dello sviluppo di tutta l'economia e dell'industria.

Cosa sta mancando in concreto?

Vorrei evitare di fare una lista della spesa. Ma voglio solo citare tre casi concreti. Parto dal Fondo nazionale per l'innovazione. A sette mesi dai primi annunci si va solo ora profilando l'operatività al Fondo che evidentemente è essenziale per dare una marcia in più alla ricerca e sviluppo nel settore dell'Ict. E si badi che la questione del Fondo per l'innovazione è sintomatica di un problema più ampio. Perché è chiaro che un ritardo di applicazione come questo riguardante il Fondo sia un esempio di incertezze che poco hanno a che fare con le prassi di un Paese che vuole essere proiettato al futuro.

Insomma una spia di un problema che affonda le radici nel profondo per il Paese.

È così. Chiediamo al Governo in carica di tenerne conto. Perché in Italia la dinamica dell'innovazione digitale potrebbe essere ancora più viva se solo si iniziasse a dare un segnale più netto sulla volontà di creare un ecosistema più favorevole agli investimenti innovativi, tramite una maggiore stabilità fiscale e normativa per chi investe nel cambiamento e una Pa con meno vincoli culturali e organizzativi.

Quali sono gli altri due punti inseriti nell'elenco delle doglianze più immediate?

Penso che sia inevitabile chiedere una conferma ma anche un potenziamen-

to delle politiche comprese nel Piano Impresa 4.0. Le risorse non sono ai livelli di due anni fa e non si tiene abbastanza in conto delle necessità di una formazione 4.0 che rappresenta un caposaldo della trasformazione digitale. In generale occorre smettere di perpetuare nell'errore di cedere alla facile politica degli annunci. Perché di annunci si ammazzano i mercati e i settori. In questo senso, e vengo all'ultima delle tre cose che considero prioritarie, importantissimo sarebbe il potenziamento delle politiche per favorire gli investimenti in capitale di rischio. Se consideriamo il tema dell'intelligenza artificiale in tutti i Paesi si sta investendo. Nel nostro però meno che in altri. E noi, proprio su questa partita, potremmo giocare un ruolo straordinario a livello europeo, visto il modo in cui operiamo nel B2B. Per un Paese manifatturiero come il nostro, miglioramenti negli strumenti per la capacità predittiva dei macchinari, per analizzare le abitudini dei clienti e del mercato possono rappresentare un grande vantaggio. In questo quadro c'è un ultimo fattore da considerare e sul quale la politica dovrebbe concentrarsi.

Quale?

La doppia velocità con la quale si stanno muovendo le imprese è un tema da affrontare. Gli imprenditori devono fare la loro parte, nel nostro settore ci sono competenze straordinarie e una grande volontà di contribuire al salto tecnologico dell'Italia. Ma la politica ha un compito decisivo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PAGAMENTI**Le Poste spingono per la quotazione del gruppo Sia a Piazza Affari**

(Valentini a pagina 9)

IL CEO DEL FANTE INDICA LA QUOTAZIONE IN BORSA COME L'OPZIONE PIÙ ACCREDITATA

Le Poste spingono per l'ipo di Sia*In seguito agli ultimi movimenti nell'azionariato oggi il gruppo dei recapiti e Cdp detengono la maggioranza della società dei pagamenti. L'ipotesi di fusione con Nexi appare tramontata*

DI PAOLA VALENTINI

Il futuro di Sia? Passa dalla quotazione a Piazza Affari «Stiamo valutando questo scenario, che è forse il più accreditato», ha affermato ieri Matteo del Fante, amministratore delegato e direttore generale di Poste Italiane (azionista della società dei pagamenti), intervenendo a margine del primo convegno della Finance-community Week dedicato alla crescita dell'Italia. Su Sia Del Fante ha aggiunto che Poste è contenta «che Cassa Depositi e Prestiti abbia fatto questa operazione. Siamo azionisti anche noi, contenti di come sta andando l'azienda». Il riferimento è al closing, finalizzato pochi giorni fa, grazie al quale Cdp Equity e Fsia Investimenti hanno formalizzato l'acquisto delle quote azionarie di Sia precedentemente possedute da F2i, Hat, Intesa Sanpaolo e Unicredit. Cdp Equity in seguito a tale operazione detiene oggi il 25,69% della società, mentre Fsia, partecipata anche da Poste Italiane, è salita al 57,5%. La maggioranza della società di pagamenti elettronici fa capo quindi ad azionisti pubblici e vede come altri soci minori Banco Bpm (5,33%), Mediolanum (2,85%) e Deutsche Bank (2,58%).

Il gruppo Sia eroga servizi relativi ai pagamenti in 50 Paesi e opera anche attraverso controllate in Austria, Croazia, Germania, Grecia, Repubblica Ceca, Romania, Serbia, Slovacchia, Sudafrica e Ungheria. La società ha inoltre filiali in Belgio e Olanda e uffici di rappresentanza in Inghilterra

e Polonia. Nel 2018 Sia ha realizzato un fatturato di 614 milioni di euro rispetto ai 567 milioni del 2017. Il margine operativo lordo (ebitda) è stato di 201 milioni dai 179,8 milioni dell'anno precedente. L'ebit si è attestato a 122,3 milioni dai 108,5 milioni nel 2017 e il risultato netto di gruppo è stato di 79,5 milioni dagli 80,1 milioni di un anno prima. Dal 2014 al 2018 l'ebitda della società è salito da 122 a 200 milioni e i dipendenti sono passati da 1.500 a 3.400. In più, sono stati distribuiti 200 milioni di dividendi in quattro anni. E in un momento in cui il governo ha messo nel mirino il contante, il presidente di Sia, Giuliano Asperti, intervistato da *MF-Milano Finanza* lo scorso settembre, aveva affermato che la società farebbe meglio a quotarsi piuttosto che convolare a nozze con il concorrente Nexi, uno scenario che piaceva al precedente governo a trazione 5 Stelle-lega. Asperti aveva anche dichiarato che Sia fatturerà nel 2019 più di 700 milioni e produrrà un ebitda attorno a 260 milioni di euro. Quanto alla valutazione possibile del gruppo Sia, le operazioni di settore, a partire proprio dal processo di quotazione in borsa di Nexi, arrivano a essere valutate tra le 12 e le 16 volte l'ebitda. (riproduzione riservata)



Matteo Del Fante



LE AUDIZIONI

Bankitalia: l'uso delle card può aumentare del 10%

UpB: bene le minori stime sulla lotta all'evasione, si rifletta per tempo sull'Iva

Davide Colombo

ROMA

La Banca d'Italia promuove la scelta del Governo di avviare con la manovra un piano di incentivi per i pagamenti elettronici ma invita ad adottare norme attuative il più possibile «semplici e chiare» per evitare «qualsiasi appesantimento burocratico per le parti coinvolte». Lo ha detto il vicedirettore generale, Luigi Federico Signorini, nel corso dell'audizione in Senato sulla legge di Bilancio.

Il nostro Paese è molto in ritardo nell'utilizzo dei pagamenti con mezzi alternativi al contante: il valore delle transazioni con card nei punti vendita non supera il 30%, contro il 70% della Francia e il 45% della Germania, nazione quest'ultima tradizionalmente molto attaccata all'uso del cash. Per questo è bene procedere con il piano, perché una maggiore diffusione della moneta elettronica andrà a beneficio di tutti: consumatori, fornitori di beni e servizi, banche e altre istituzioni finanziarie. «È tuttavia importante – ha aggiunto Signorini – che i gestori delle reti di pagamento investano risorse adeguate per l'innovazione tecnologica». Secondo le analisi di palazzo Kochl'insieme degli incentivi messi in campo (dal credito d'imposta del 30% sulle commissioni per gli esercenti al vincolo sulle detrazioni al 19% per i consumatori fino al cash back) ci si può attendere un aumento delle transazioni elettroniche

dell'ordine del 10 per cento.

Anche l'UpBilancio s'è detto favorevole alle misure che spingono nella direzione del cashless. «Non ci sono evidenze empiriche che dimostrino una stretta correlazione tra uso del contante ed evasione fiscale ma possiamo aspettarci che una maggiore tracciabilità faccia fare un passo avanti» ha detto il presidente Giuseppe Pisauro, ricordando tra l'altro anche la norma del decreto fiscale che abbassa il limite massimo di utilizzo del contante (da 3.000 a 2.000 euro da luglio 2020 e a 1.000 euro da gennaio 2022) in transazioni esterne al circuito degli intermediari bancari.

Bankitalia e UpBilancio, nelle loro letture analitiche della manovra si sono ritrovati su molti punti. Il primo: entrambe le authority hanno apprezzato che rispetto a settembre ora le stime di gettito legate alla lotta all'evasione sono molto diminuite «siamo più prudenti rispetto alla NadeF» ha detto Pisauro, ricordando che il gettito è ora dimezzato: «Si tratta a questo punto di predisporre tutti gli strumenti operativi in grado di massimizzare l'efficacia delle misure, dotando l'Amministrazione delle necessarie risorse professionali e tecniche e superando eventuali ostacoli rimanenti (per esempio quelli in materia di trattamento dei dati personali)».

Altro punto di convergenza tra Bankitalia e UpBilancio il giudizio sulle clausole di salvaguardia Iva. Anche in questa occasione la manovra fissa per il 2020 un livello del rapporto deficit/Pil stabile rispetto agli anni precedenti, rinviando agli anni successivi la sua riduzione. Riduzione che si può conseguire però solo affidandosi alle

clausole di salvaguardia su Iva e accise (19 miliardi nel 2021 e oltre 25 miliardi nel 2022) che «zavorrano il quadro programmatico di bilancio senza che sia fornita alcuna indicazione sul loro destino futuro». Nella manovra – ha poi aggiunto Pisauro – vengono inoltre presi impegni divergenti nel triennio in materia di entrate e spese: al netto delle clausole di salvaguardia, le prime tendono a ridursi (dai 7,5 miliardi del 2020 ai 3,9 miliardi del 2022), le seconde a salire sensibilmente (da 0,7 miliardi del prossimo anno a 11,3 miliardi del 2022). Insomma, il quadro di incertezza futuro resta elevato.

Sul fisco Luigi Federico Signorini ha chiuso citando il passaggio delle considerazioni finali del governatore Visco. Il Paese – ha affermato – ha bisogno di un'ampia riforma fiscale, bisogna interrompere gli interventi al margine per disegnare una struttura stabile che dia certezze a chi produce, consuma, investe e risparmia. La raccomandazione al legislatore è di non ridurre nuovamente all'ultimo momento, l'anno venturo, la riflessione sulle coperture finanziarie e l'intervento sulle clausole Iva.

Sulla plastic tax l'attenzione è stata invece posta sulle compensazioni per i produttori. «L'introduzione di una imposta sulla plastica non compostabile per scoraggiarne la produzione e il consumo è in linea con gli obiettivi di una recente direttiva europea. Il processo di modernizzazione tecnologica delle imprese – ha affermato Signorini – potrebbe però risentire della dimensione ridotta e della breve durata del credito di imposta per l'adeguamento degli impianti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La mappa del contante

Valore percentuale delle transazioni in contante sul totale regionale



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Banca d'Italia, 2019

VISIONI HI-TECH

IL TELEFONINO SPARIRÀ (SARÀ DAPPERTUTTO, INTORNO A TE...)

Nei prossimi anni il televisore, gli specchi, persino l'arredamento diventeranno interattivi come gli attuali cellulari. Parola di **Carl Pei**, cofondatore trentenne della cinese OnePlus, che ha conquistato il mercato offrendo prodotti di qualità a prezzi ragionevoli.

di Marco Morello - da Londra

Da ragazzo, Carl Pei era un vagabondo minimalista e ribelle. Ha mollato (senza laurearsi) la School of Economics di Stoccolma, dov'è cresciuto seguendo i genitori, ricercatori medici CINESI: «In aula non si parlava di e-commerce, le lezioni erano ferme all'epoca della rivoluzione industriale. Me ne sono andato». Ha preferito girare il mondo affittando case su Airbnb, portando in valigia lo stretto necessario e nove magliette tutte identiche. Finché, a 23 anni, dopo aver lavorato per grandi nomi della telefonia come Nokia e Oppo, ha deciso di lanciarsi nel vuoto assieme al socio Pete Lau: ha fondato la sua azienda di smartphone, la OnePlus. Vendendo i prodotti solo online, sperando nel passaparola anziché nel marketing, offrendo caratteristiche di

primo livello a un prezzo di costo o quasi: fino a un quarto dei modelli di punta di Apple o Samsung. Ha sbagliato clamorosamente le sue previsioni: sono arrivati un milione di ordini in appena sei mesi, pensava si sarebbero fermati a 50 mila. «Il segreto è stato ascoltare gli utenti su internet, interpretare cosa volevano davvero. E poi costruire un prodotto migliore degli altri» racconta Pei senza finta modestia a *Panorama*, che lo incontra a Londra in esclusiva per l'Italia. Jeans blu con risvolto generoso, scarpe bianche e maglietta scura (come ai tempi del nomadismo giovanile), inglese eccellente e modi amichevoli, oggi Pei ha trent'anni, è stato inserito dalla rivista *Forbes* nella prestigiosa top list di manager «30 Under 30» e dal magazine economico *Fortune* in quella dei «40 Under 40». Mentre la sua OnePlus è passata da una manciata di dipendenti a 1.700, è presente in 38 Paesi, nel primo trimestre del 2019 ha



Carl Pei, 30 anni, nato in Cina e cresciuto in Svezia, e il cofondatore di OnePlus. Prima ha lavorato per grandi brand della telefonia, da Nokia alle asiatiche Meizu e Oppo.

Un'immagine del nuovo OnePlus 7T. Ha caratteristiche da top di gamma e tre fotocamere. Costa 599 euro, quasi la metà dei modelli di punta dei principali produttori.



venduto tanti telefoni quanto Google e, nel segmento premium, quello dei prodotti di pregio, ha raggiunto il quinto posto, dietro le solite big blasonate. Pei non ha nessuna intenzione di fermarsi: «Siamo giusto all'inizio, c'è molta strada da fare».

Chiuda gli occhi e mi dica come vede lo smartphone tra cinque anni.

Siamo in una fase di transizione: gli schermi stanno diventando sempre più grandi, le cornici più sottili, mentre i tasti fisici sono destinati a sparire. Immagino il cellulare del futuro come un pezzo d'arte discreto, bello a vedersi da spento, che si accende solo quando ne hai bisogno o se qualcuno sta cercando di contattarti. Come nella tradizione *kaiseki* della cucina giapponese: il cameriere è sempre lì pronto a servirti, però rimane nascosto in disparte.

Tra chip sottocutanei e occhiali intelligenti, non c'è il rischio che il telefono come lo concepiamo oggi finirà per scomparire?

Non avremo bisogno di prenderlo

fisicamente in mano per accedere alle sue svariate funzioni. Sarà dappertutto. Il suo schermo si moltiplicherà, diventerà diffuso. Lo troveremo nel televisore, nello specchio, negli elettrodomestici. Persino sul pavimento o dentro una sedia. Con tutte le notifiche a disposizione.

Sui vostri prodotti avete lanciato l'opzione Zen mode, che blocca il cellulare per un tempo variabile a partire dai 20 minuti. Ma il fatto che debba essere la tecnologia a fornirci strumenti per disintossicarci dalla sua onnipresenza, non è indice del fatto che ne siamo ormai schiavi?

«HO IMPARATO A FIDARMI DEL MIO INTUITO. NON HO MAI PAURA DI NON ESSERE CAPITO»

Abbiamo un cervello animale ed è facile disegnare dispositivi che ci rendono dipendenti come l'alcol o le sigarette. Sappiamo che fanno male, però continuiamo a consumarli. Ritengo che aiutare gli utenti a esserne consapevoli sia una responsabilità imprescindibile di ogni piattaforma. In Occidente, specie negli Stati Uniti, la depressione è a livelli da record. Per l'ansia di connetterci, ci stiamo disconnettendo dal mondo. Vorremmo contribuire ad aggiustare la situazione, sebbene alla fine spetti agli individui impegnarsi a riprendere le redini della loro esistenza.

OnePlus è una compagnia che ha sede in Cina. Teme blocchi come quello imposto dal presidente americano Trump a Huawei?

Non ci penso perché, in caso, non potrei farci nulla. Amo molto l'insegnamento dello stoicismo: focalizzare le energie su cose di cui abbiamo il controllo.

Applica la stessa filosofia alla sua vita?

Sì. E cerco di trovare gioia nelle privazioni. Ora che posso permettermi ristoranti di lusso e alberghi splendidi, vado a dormire in ostelli o ceno solo con pane e acqua. Mi aiuta ad apprezzare quello che ho e a non percepire l'eccezionale come normale.

Guardando indietro, come ha fatto creare una compagnia di successo a poco più di vent'anni?

Iniziando presto: ho lanciato il mio primo sito a 12 anni e subito ho cominciato a monetizzare vendendo pubblicità. Soprattutto, ho imparato a fidarmi di me stesso, della forza del mio intuito. Se le persone intorno a te non hanno idea di cosa stai parlando, ma pensi che il tuo pensiero abbia una logica, vai avanti. Non avere mai paura di non essere capito. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE SPESE PAZZE MAI RACCONTATE DELL'AIR FORCE RENZI

VIDEOGIOCHI, FILM, CUFFIETTE, PULIZIE A BORDO...

Panorama ha letto in esclusiva un lungo elenco di fatture per svariati milioni di euro dell'I-TALY Airbus 340-500, il super velivolo di rappresentanza

voluto dall'ex presidente del Consiglio. Il costo dei comfort per il volo è talmente stratosferico che anche la magistratura vuole vederci chiaro.

di Simone Di Meo

Il gigante bianco con le insegne tricolori è sulla pista di rullaggio. Rombo i motori. Parte la rincorsa. Decollo tra 3, 2, 1... Si parte, benvenuti a bordo dell'Air Force Renzi, l'aereo (dal costo) più pazzo del mondo. Non solo per quello che è stato pagato ma, soprattutto, per i soldi che sono stati spesi per la sua breve esperienza al servizio di Palazzo Chigi.

Panorama ha potuto leggere un foglio Excel dell'Alitalia, oggi all'attenzione dell'autorità giudiziaria di Civitavecchia che sta indagando sul crac della compagnia di bandiera, in cui sono riportate le singole fatture che il ministero della Difesa ha pagato per l'apparecchio alla società di Fiumicino nel 2016. L'anno in cui diventa operativo il contratto di leasing con la società degli Emirati arabi Etihad per il vettore aereo richiesto espressamente dall'allora premier Matteo Renzi, da utilizzare nei viaggi a lunga percorrenza.

Il documento riservato contiene i dettagli degli interventi tecnici effettuati sull'Airbus 340-500 e le corrispondenti uscite. Compreso un anonimo paragrafo intitolato Ife che sta per «In-flight entertainment», ovvero sistemi di intrattenimento a bordo. Perché anche gli ospiti dell'Air Force, pur avendo la testa tra le nuvole, rivendicavano il diritto di distrarsi dalla noia delle trasferte. Come? Guardando un bel film, ascoltando buona musica o giocando ai videogame (e-

bene sì, c'erano anche questi a bordo). Tutte attività per cui sono state saldate fatture per - allacciate le cinture - ben 5,4 milioni di euro. Vediamo qualche numero più nel dettaglio. Per le pellicole italiane, a Rai Cinema sono andati 5.500 euro di diritti mentre a Medusa ben 480 mila euro. Per i documentari e le monografie, Rai Trade ha invece incassato 30 mila euro. Per i videogames e filmati di e-learning il conto sfiora, qui cambia la valuta, 360 mila dollari.

E qualora l'offerta del grande schermo non fosse stata particolarmente appetitosa, malgrado i ricchi diritti pagati alle società di produzione, bastava chiedere alla hostess e farsi consegnare un paio di cuffiette per ascoltare l'ultima classifica o i grandi classici. Musica per le orecchie di Alitalia che, non a caso, fatturava 43 mila euro per quel servizio «in note».

Già, le cuffiette. Non semplici modelli usa-e-getta, come sempre si trovano sui voli di linea oppure nei musei per i tour guidati. Quelli del nostro gigante dei cieli dovevano essere auricolari speciali e super-tecnologici, considerato quel che sono costati: oltre 1,5 milioni di euro. Per dire: per il solo confezionamento sono state saldate fatture per 156 mila euro e altri 244 mila euro sono stati pagati dal ministero della Difesa ad Alitalia per il trasporto (imbarco e sbarco) dei delicatissimi e preziosissimi accessori.

Se poi arrivava impellente la necessità di lanciare un tweet oppure di controllare la posta elettronica e di

«scrollare» la homepage di Facebook per distribuire qualche like, come diavolo si poteva fare? A bordo i cellulari sono vietati, si sa. Ma alla casta politica volante non si può dire di no. Ragion per cui l'Air Force Renzi si era dotato di un sistema di connectivity (wireless satellitare) che offriva il massimo della libertà in tema di gigabyte e di velocità. E che volete che siano i 94 mila dollari al mese (per una fattura complessiva annua che ammonta a un milione e 129 mila euro) di fronte alla possibilità di far volare l'estro social dei nostri governanti?

Tiriamo ora una linea e facciamo due calcoli: quanto hanno pagato gli italiani per la piccola Hollywood volante di Palazzo Chigi? La risposta è semplice: 7,3 milioni di euro per il primo anno di vita.

Stanchi e arrabbiati da questo viaggio al centro della casta? Mica è finita. Il foglio Excel svela altre (non piacevoli) sorprese. Come il servizio di «manutenzione leggera» da 381 mila euro o la pulizia esterna della fusoliera dell'Airbus 340-500 (49 mila euro). All'igiene e all'ordine del jet presidenziale erano parecchio attenti in Alitalia tant'è che è stata contabilizzata anche una fattura singola da 300 euro per il riordino della piccola cabina di pilotaggio.

La lista dei pagamenti prosegue, e possiamo finire di scorrelerla prima dell'atterraggio. Ci sono le attrezzature per le ispezioni e il cambio di motore (580 mila euro) e l'addestramento (500 mila dollari) e il controllo della manualistica per gli interventi (393 mila euro).

Complessivamente, la manutenzione del velivolo ha richiesto risorse per 1,7 milioni di dollari. In pratica, un quarto del budget impegnato per film e intrattenimento vario.

L'Air Force Renzi in totale ha volato 88 volte ospitando per lo più il successo premier Paolo Gentiloni, il ministro degli Esteri Angelino Alfano e il sottosegretario allo Sviluppo economico Ivan Scalfarotto, e pochi altri esponenti del governo. Oggi è mestamente in disarmo, in un hangar di Fiumicino. Il jet che doveva essere l'ammiraglia della flotta di Stato si è trasformato in un trabiccolo con le ali. Proprio come i suoi «gemelli» da 7 milioni di euro, parcheggiati, in attesa di rottamazione (non quella annunciata da Renzi), nell'aeroporto di Turuel, nella regione spagnola di Aragona, come raccontato per primo dal quotidiano *La Verità*.

In terra iberica gli aeroplani della stessa linea dell'Airbus 340-500 sono in attesa che la società specializzata in ricambi, Tarmac Aragon, li smonti per rivenderne i pezzi ancora utilizzabili in giro per il mondo.

«L'Air Force Renzi oggi non vale nemmeno lo sforzo economico di rimmetterlo in volo e portarlo nel cimitero spagnolo, è più conveniente lasciarlo in Italia», spiega a *Panorama* un esperto di aeronautica. D'altronde, già al momento del noleggio, nel 2016, la «famiglia» 340-500 era a un passo dal finire fuori produzione essendo il primo modello entrato in servizio nel dicembre 2003 con Emirates, la compagnia di bandiera dell'Emirato di Dubai.

Anche la storia dell'Air Force Renzi comincia in Medio Oriente, e forse non è un caso. È infatti la società aerea Etihad a noleggiare il vettore ad Alitalia. Lo fa con un contratto che gli addetti ai lavori definiscono assolutamente fuori mercato: 168 milioni di euro per otto anni di locazione. Cioè ben 26 volte il costo dell'aereo, pari a 6,4 milioni di euro, ri-

scattato dalla stessa Etihad dal primo proprietario, una misteriosa società di nome Uhtl. Solo un'inchiesta del quotidiano *La Verità* ha recentemente permesso di scoprire che la Uhtl sta per Union three leasing limited con sede legale in località Mary Street, a Georgetown, nelle isole Cayman, uno dei paradisi fiscali più rinomati al mondo.

Il 1° marzo 2007 la Uhtl e la Etihad sottoscrivono il leasing per il futuro Air Force Renzi con un contratto di appena cinque paginette, registrato il 13 di quello stesso mese. Nel 2016, Etihad (che all'epoca è anche socio al 49 per cento della compagnia italiana) sigla con Alitalia il contratto di noleggio del vettore. E, più o meno in quegli stessi mesi, firma pure un'obbligazione, emessa sempre da Alitalia, di importo quasi identico a quello del leasing: 200 milioni di dollari. Una coincidenza - di tempi e di numeri - che ingenera in qualcuno il sospetto che il noleggio dell'aereo di Stato abbia rappresentato una forma di «incentivo» occulto al salvataggio dell'azienda di Fiumicino.

E si arriva al 2017: Renzi perde la poltrona di primo ministro dopo la sconfitta al Referendum del 4 dicembre 2016. A Palazzo Chigi, gli succede Paolo Gentiloni. In quell'anno, si verificano due circostanze molto particolari. La proprietà della Uhtl decide di mettere in «voluntary liquidation» la società con un atto pubblicato sulla Gazzetta ufficiale delle isole Cayman, e scompare dai radar.

La procura di Civitavecchia affida alla Guardia di finanza una delega d'indagine per scavare nei conti di Alitalia con l'ipotesi di bancarotta fraudolenta. La società ha accumulato infatti un passivo di circa tre miliardi di euro, e gli investigatori vogliono vederci chiaro soprattutto in due operazioni: la cessione di alcuni slot, le «finestre» aeroportuali di decollo di un velivolo, particolarmente pregiati passati dalla nostra compagnia di bandiera a Etihad, e poi tutta la partita dei punti «mille miglia» accumulati dalla società.

Il 2018 è l'anno della svolta in questa storia. Grazie anche al prezioso lavoro del super-consulente del ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, Gaetano Intrieri, vengono desecretati i documenti relativi all'Air Force Renzi e alla triangolazione tra ministero della Difesa, Alitalia ed Etihad.

Ad agosto, il Governo gialloverde decide di rescindere il contratto con la compagnia araba dopo una prima tranche di pagamento di 50 milioni di euro. Sui quali aleggia però un mistero: la società emiratina dichiara di averne incassati solo 37. Ne mancherebbero 13 all'appello, di cui si ignora il destino. Volatilizzati, è il caso di dire, nei mille rivoli dei conti (italiani ed esteri) della società?

La mossa dell'esecutivo formato da Movimento 5 stelle e Lega ha provocato la dura reazione della compagnia araba: questa, di recente, ha annunciato di voler portare Alitalia davanti al giudice. Ha dichiarato il portavoce della società: «Il tentativo di Alitalia di terminare l'accordo con Etihad non ha validità. Alitalia infatti resta vincolata alle condizioni concordate al momento della firma del contratto. Pertanto, Etihad ha deciso di portare Alitalia in tribunale al fine di ottenere un risarcimento dei danni subiti a causa della violazione del contratto». E ha precisato ancora: «Il contratto di leasing dell'Airbus A340 è stato stipulato su richiesta del governo italiano. Alitalia è stata inclusa nell'operazione e ne ha tratto beneficio dal punto di vista economico grazie alla fornitura di servizi aggiuntivi».

Anche se, su quest'ultimo punto, c'è una legittima obiezione: la nostra compagnia di bandiera non ha le specifiche tecniche e i requisiti, assai stringenti, per curare la manutenzione del vettore; e quindi bisognerebbe ipotizzare che abbia operato in maniera illegittima. Possibile?

Per di più, è di nuovo con le casse vuote e col rischio del default che incombe. I brividi ad alta quota continuano. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

168 milioni

di euro. Il costo complessivo del contratto di leasing dell'Air Force Renzi per 8 anni di noleggio.

5,4 milioni

di euro. Sono stati pagati nel 2016 dal ministero della Difesa per i diritti di film, musica e giochi elettronici da utilizzare sull'aereo.



13 milioni

di euro. È la cifra che Etihad afferma di non avere mai incassato della prima tranche di 50 milioni di euro, pagata dall'Italia per il noleggio dell'aereo.



A sinistra, l'Air Force Renzi quando era in attività. In basso, l'aereo si trova attualmente in un hangar di Fiumicino.

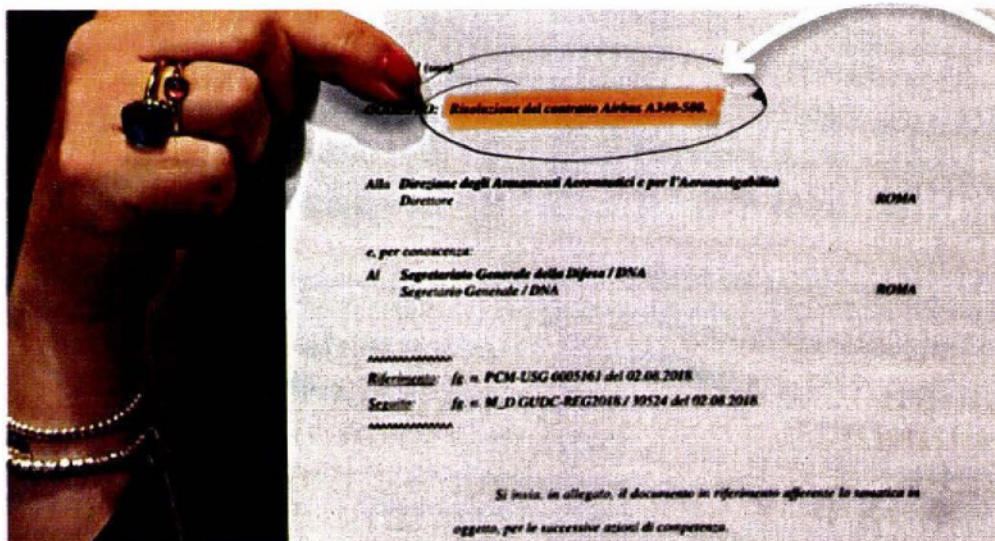




Ministro all'assalto

L'ex ministro dei Trasporti Danilo Toninelli mentre scende dall'aereo, dopo la rescissione del contratto di leasing da 150 milioni di euro, nel luglio 2018.

Rescissione del contratto



L'atto formale

La mano dell'ex ministro della Difesa Elisabetta Trenta con il documento di rescissione del contratto dell'aereo.

ESCLUSIVA DI «PANORAMA» Le spese folli per i videogiochi dell'Air Force Renzi

SIMONE DI MEO a pagina 11

► L'ANTICIPAZIONE DI «PANORAMA»

Air Force Renzi, 5,4 milioni di comfort in volo

Un documento riservato di Alitalia è all'attenzione dei pm di Civitavecchia che indagano sul crac della compagnia di bandiera. Riporta le fatture pagate per i sistemi di intrattenimento a bordo dell'apparecchio dell'allora premier. Una cifra stratosferica

*Musica, videogiochi,
film: tutto costosissimo
Persino il servizio
pulizia era strapagato*

*La piccola Hollywood
volante noleggiata
a 26 volte il costo che
avrebbe avuto l'aereo*

Panorama ha letto in esclusiva il lungo elenco di fatture per svariati milioni di euro dell'Air Force Renzi, l'aereo (dal costo) più pazzo del mondo voluto dall'ex premier. Un conto stratosferico che pubblica nel numero da oggi in edicola. Eccone uno stralcio.
di **SIMONE DI MEO**

■ Il gigante bianco con le insegne tricolori è sulla pista di rullaggio. Rombano i motori. Parte la rincorsa. Decollo tra 3, 2, 1... Si parte, benvenuti a bordo dell'Air Force Renzi, l'aereo (dal costo) più pazzo del mondo. Non solo per quello che è stato pagato ma, soprattutto, per i soldi che sono stati spesi per la sua breve esperienza al servizio di Palazzo Chigi.

Panorama ha potuto leggere un foglio Excel dell'Alitalia, oggi all'attenzione dell'autorità giudiziaria di Civitavecchia che sta indagando sul crac della compagnia di bandiera, in cui sono riportate le singole fatture che il ministero della Difesa ha pagato per l'apparecchio alla società di Fiumicino nel 2016. L'anno in cui diventa operativo il contratto di leasing con la società degli Emirati arabi Etihad per il vettore aereo richiesto espressamente dall'allora premier **Matteo Renzi**, da utilizzare nei viaggi a lunga percorrenza.

Il documento riservato contiene i dettagli degli interventi tecnici effettuati sull'Airbus 340-500 e le corri-

spondenti uscite. Compreso un anonimo paragrafo intitolato *Ife* che sta per «In-flight entertainment», ovvero sistemi di intrattenimento a bordo. Perché anche gli ospiti dell'Air Force, pur avendo la testa tra le nuvole, rivendicavano il diritto di distrarsi dalla noia delle trasferte. Come? Guardando un bel film, ascoltando buona musica o giocando ai videogame (ebbene sì, c'erano anche questi a bordo). Tutte attività per cui sono state saldate fatture per - allacciate le cinture - ben 5,4 milioni di euro. Vediamo qualche numero più nel dettaglio. Per le pellicole italiane, a Rai Cinema sono andati 5.500 euro di diritti mentre a Medusa ben 480.000 euro. Per i documentari e le monografie, Rai Trade ha invece incassato 30.000 euro. Per i videogames e filmati di e-learning il conto sfiora, qui cambia la valuta, 360.000 dollari.

E qualora l'offerta del grande schermo non fosse stata particolarmente allettante, malgrado i ricchi diritti pagati alle società di produzione, bastava chiedere alla hostess e farsi consegnare un paio di cuffiette per ascoltare l'ultima classifica o i grandi classici. Musica per le orecchie di Alitalia che, non a caso, fatturava 43.000 euro per quel servizio «in note». [...]

Tiriamo ora una linea e facciamo due calcoli: quanto hanno pagato gli italiani per la piccola Hollywood volante di Palazzo Chigi? La risposta è semplice: 7,3 milioni di euro per il primo anno di vita.

Stanchi e arrabbiati da questo viaggio al centro della ca-

sta? Mica è finita. Il foglio Excel svela altre (non piacevoli) sorprese. Come il servizio di «manutenzione leggera» da 381.000 euro o la pulizia esterna della fusoliera dell'Airbus 340-500 (49.000 euro). All'igiene e all'ordine del jet presidenziale erano parecchio attenti in Alitalia tant'è che è stata contabilizzata anche una fattura singola da 300 euro per il riordino della piccola cabina di pilotaggio.

La lista dei pagamenti prosegue, e possiamo finire di scorrerla prima dell'atterraggio. Ci sono le attrezzature per le ispezioni e il cambio di motore (580.000 euro) e l'addestramento (500.000 dollari) e il controllo della manualistica per gli interventi (393.000 euro). Complessivamente, la manutenzione del velivolo ha richiesto risorse per 1,7 milioni di dollari. In pratica, un quarto del budget impegnato per film e intrattenimento vario.

L'Air Force Renzi in totale ha volato 88 volte ospitando per lo più il successivo premier **Paolo Gentiloni**, il ministro degli Esteri **Angelino Alfano** e il sottosegretario allo Sviluppo economico **Ivan Scalfarotto**, e pochi altri esponenti del governo. [...]

Anche la storia dell'Air For-



ce Renzi comincia in Medio-riente, e forse non è un caso. È infatti la società aerea Etihad a noleggiare il vettore ad Alitalia. Lo fa con un contratto che gli addetti ai lavori definiscono assolutamente fuori mercato: 168 milioni di euro per otto anni di locazione. Cioè ben 26 volte il costo dell'aereo, pari a 6,4 milioni di euro [...].

E si arriva al 2017: Renzi perde la poltrona di primo ministro dopo la sconfitta al referendum del 4 dicembre 2016. A Palazzo Chigi, gli succede Paolo Gentiloni. [...]

La Procura di Civitavecchia affida alla Guardia di finanza una delega d'indagine per scavare nei conti di Alitalia con l'ipotesi di bancarotta fraudolenta. La società ha accumulato infatti un passivo di circa tre miliardi di euro [...].

Il 2018 è l'anno della svolta in questa storia. Grazie anche al prezioso lavoro del super-consulente del ministero delle Infrastrutture e dei trasporti, Gaetano Intrieri, vengono desecretati i documenti relativi all'Air Force Renzi e alla triangolazione tra ministero della Difesa, Alitalia ed Etihad.

Ad agosto, il Governo gialloverde decide di rescindere il contratto con la compagnia araba dopo una prima tranche di pagamento di 50 milioni di euro. Sui quali aleggia però un mistero: la società emiratina dichiara di averne incassati solo 37. Ne mancherebbero 13 all'appello, di cui si ignora il destino. [...]

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ROBA DA NABABBI Le spese pazze in un paragrafetto intitolato Ife, cioè In flight entertainment, ovvero sistemi di intrattenimento a bordo

Così Netcomm traccia l'evoluzione del commercio digitale nel comparto Food&Grocery

Cibo via web a 1,5 mld di clienti

Gli italiani che acquistano alimenti online sono 9 mln

DI ANDREA SETTEFONTI

Sono 9 milioni gli italiani che acquistano cibo online e 1,5 miliardi i consumatori che lo fanno in tutto il mondo. Nel 2019 in Italia il food è il settore più dinamico nel commercio digitale con la crescita più alta (+42%) rispetto ai diversi comparti, a fronte dell'incremento del totale e-commerce del 15% sullo scorso anno. Il settore del **Food&Grocery** registra una delle più alte frequenze di acquisto (circa 7 volte in un anno), soprattutto grazie alla diffusione del food delivery, anche se in Italia ha una incidenza ancora margina-



Roberto Liscia

le e pari al 5% sul totale e-commerce. Negli ultimi 12 mesi un terzo di chi acquista su piattaforme digitali, gli eShop per italiani, ha comprato online beni alimentari e bevande e il 72% degli ordini con consegna in un giorno nell'alimentare è rappresentato dal pasto a domicilio. Le recensioni online sono la fonte principale (30,3%), seguite dai siti web dei brand (25,5%) e dai marketplace (24,8%). Questi sono i dati presentati alla terza edizione di **Netcomm Focus Food**, l'appuntamento di riferimento sull'evoluzione digitale per il settore del Food&Grocery promosso da Netcomm, il **Consorzio del Commercio Digitale Italiano**, in collaborazione con **Tuttofood**. Quanto accade è «un cambiamento delle modalità di accesso ai prodotti alimentari, che non avviene solo online, ma con metodi di consegna innovativi, come il click&collect in store o il drive-in, e con soluzioni sempre più semplici, come l'abbonamento o la disponibilità di liste della spesa preimpostate», commenta **Roberto Liscia**,

presidente di Netcomm. La personalizzazione dell'offerta è la chiave dello sviluppo di questi servizi. «Basti pensare a quelli sempre più diffusi di meal-kit che consentono di ricevere un pacco con tutti gli ingredienti necessari per realizzare una cena a casa. Un servizio che va oltre la mera consegna dei prodotti». Per Liscia, elemento importante è «l'esperienzialità, fattore che gli operatori del digital food devono sfruttare, semplificando il cosiddetto food journey, che oggi si presenta particolarmente articolato. Modalità di selezione dei prodotti diverse rispetto allo scaffale in negozio, ordini complessi e lunghi spesso effettuati in mobilità e servizi di consegna e di pagamento in divenire sono alcuni degli elementi che le aziende devono semplificare». Il mercato dell'e-commerce alimentare nel mondo vale 58 miliardi di euro, 14,9 miliardi in Europa e 1,6 miliardi in Italia. In Europa sono più di 167 milioni le persone che acquistano food online con i 19 milioni del Regno Unito, i 18 milioni della Germania, i 13,5 milioni in Francia e i 10 milioni in Spagna.

© Riproduzione riservata



Shopping on line: ecco tutti i consigli per evitare le truffe

Controllare sempre l'indirizzo digitale del sito e i dati completi del venditore

Sede, telefono, partita Iva e iscrizione al Registro delle imprese sono dati fondamentali **Diffidare di chi vende prodotti di marca senza l'autorizzazione del venditore**

Marco Frojo

Il commercio elettronico corre (+16% a 32 miliardi di euro quest'anno) e con esso le truffe online. Il consumatore italiano si trova così davanti a una scelta sempre più ampia, ma deve stare particolarmente attento a non cascare nelle numerose trappole presenti sul Web.

Negli ultimi tempi si è registrata una grande attività dell'Antitrust che ha comminato multe salate a diversi operatori: Tecnotrade S.r.l.s. (www.tecnotradeshop.it.) ha ricevuto una sanzione di 65.000 euro, Hp Group S.r.l. (www.plazalo.com) una di 200.000 euro e Tiger Group S.r.l. (www.tigershop.it) una di 250.000 euro, per un totale superiore al mezzo milione di euro. «I tre procedimenti istruttori hanno consentito di accertare che gli operatori offrivano online prodotti che non erano disponibili, non procedevano a consegnare ai consumatori la merce da questi acquistata, né restituivano le somme versate nonostante i reiterati reclami e gli annullamenti degli ordini da parte dei consumatori - si legge nella nota dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Agcm) - L'intervento si inquadra in un filone più ampio volto ad assi-

curare il corretto ed equilibrato sviluppo dell'e-commerce, anche attraverso la repressione dei fenomeni più gravi quali la mancata consegna della merce ordinata e regolarmente pagata dai consumatori, l'ostacolo al rimborso e la divulgazione di informazioni fuorvianti in merito al reale stato degli ordini di acquisto».

Non sempre però l'Agcm riesce a intervenire, per il semplice fatto che i negozi online incriminati non ricadono sotto la sua giurisdizione, in quanto non registrati in Italia. La tecnica semplice e collaudata è la seguente: i truffatori, anche se Italiani, operano dall'estero - per farlo non è neanche necessario essere fisicamente fuori dai confini nazionali, ma è sufficiente far passare tutte le operazioni attraverso un server dislocato in un altro Paese, con il quale la collaborazione giudiziaria è scarsa se non addirittura nulla - e comprano un sito già utilizzato per altri scopi (di recente si è verificata una truffa con il dominio www.claudioburlando.it, oggi non più attivo) di modo che Google l'abbia già indicizzato e nelle ricerche venga mostrato fra i primi risultati; vengono quindi avviate le vendite ma il compratore, dopo aver pagato, non riceve niente oppure, come è capitato purtroppo a più di un

acquirente, viene recapitato un foulard di nessun valore, tanto per aver la prova che la spedizione c'è stata. Una volta "bruciato" il sito, questo viene abbandonato e la truffa viene spostata su un altro. «Cocenti scottature sono arrivate anche dalle cosiddette vendite piramidali, contro le quali è già intervenuta anche l'Antitrust, sanzionando cinque venditori (Zuami, Gladiatori Roma, Shop Buy, Ibalò, Co World) con una multa complessiva pari a 1 milione di euro - spiega Marco Biso, avvocato di Shopping Verify, un portale che monitora l'affidabilità dei siti di e-commerce - Questa tecnica prevede l'offerta di prodotti a prezzi scontatissimi (buy and share): il consumatore prima paga, poi deve attendere che altri comprino lo stesso prodotto e solo quando si raggiunge una certa quantità di acquisti - cosa che spesso non avviene - il prodotto viene spedito a tutti i compratori».

A volte difendersi da queste truffe non è facile, soprattutto se si è alle prime esperienze con gli acquisti online. Esistono però alcune regole in grado di evitare quelle realizzate più grossolanamente. «Innanzitutto è bene verificare che sul sito siano presenti tutti i dati del venditore, ovvero sede, telefono, partita Iva ed

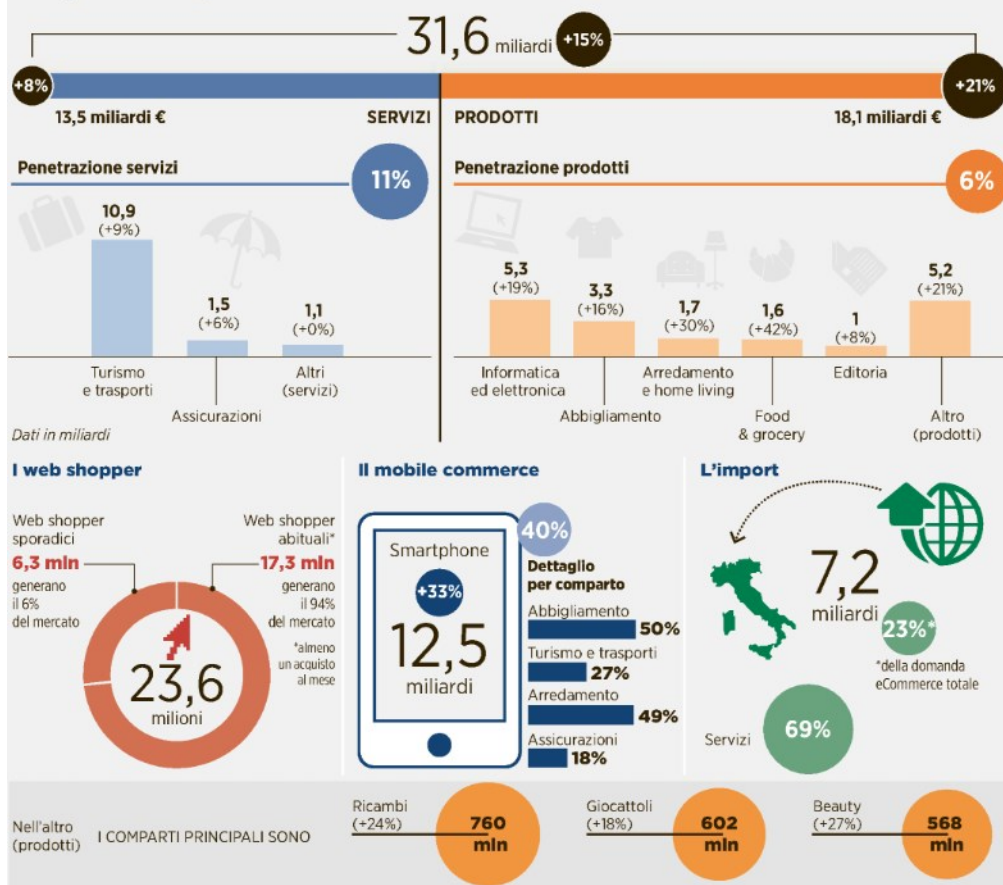


iscrizione al registro delle imprese - prosegue Bisio - Se il sito non è conosciuto ed è la prima volta che si acquista è preferibile scegliere un negozio di una società italiana (anche questo dettaglio lo si trova fra i dati del venditore). Se tutte queste informazioni mancano è preferibile non rischiare». Un altro campanello di allarme dovrebbe suonare quando ci si accorge che i testi del sito sono tradotti in un cattivo italiano, magari con l'aiuto di un traduttore automatico, oppure se manca l'informativa sulla privacy o le condizioni di vendita. Non depono poi a favore del negozio prescelto il fatto che sia previsto un solo metodo di pagamento, anche perché al primo acquisto vale sempre la pena pagare in contrassegno, cioè alla consegna, anche se costa qualche euro in più. Inoltre, è fortemente consigliato controllare l'indirizzo internet del sito: se, come nel caso di claudioburlando.it, non c'entra niente con l'oggetto venduto, come possono essere per esempio dei capi di abbigliamento, è meglio allontanarsi. «Infine bisogna diffidare da chi vende prodotti di marca, specialmente nel campo dell'abbigliamento, senza l'autorizzazione del produttore», conclude l'avvocato di Shopping Verify. Un ultimo importante accorgimento è quello di verificare la reputazione del negozio online su una delle principali piattaforme che aggregano i giudizi di chi è già stato cliente. Le cose sono decisamente meno facili per chi ha subito una truffa. Si può fare denuncia alla Polizia Postale, che ha un nucleo apposito dedicato ai reati online, ma nella maggior parte dei casi recuperare i propri soldi è un'impresa impossibile.

BY NC ND AL CUNDIRITTI RISERVATI

La scheda

Gli acquisti online degli italiani su siti nazionali e internazionali



Come riconoscere un sito truffa: fattori di allerta



centimetri

IL TURISMO È DIVENTATO DIGITAL (E DARK)

Dalle startup alle app ormai indispensabili, i viaggi sono sempre più tecnologici. Il turista si muove in una logica 'smart'. Con il fattore Instagram in primo piano, che rende appetibili mete finora impensabili. Il caso Chernobyl

DI CARLOTTA BALENA

PRENOTARE UN BILOCALE A OTRANTO dall'app o trascorrere le ferie sullo yacht a noleggio che altrimenti non vi sareste mai potuti permettere. Tornare ai tempi dell'antica Pompei con un videogioco o muoversi nella camera azzurra di Van Gogh con la realtà aumentata. E poi, ancora: guai a scegliere un ristorante senza consultare Tripadvisor, a riservare un tavolo senza The Fork, a prenotare un volo senza il confronto-prezzi dell'algoritmo, a comprare il biglietto del musical senza la startup per saltare la fila. Il turismo è cambiato: ormai non esiste vacanza che non sia digital, o esperienza culturale che non si avvalga di un supporto 'smart'. Nel 1700 i giovani aristocratici europei arrivavano in Italia per il 'Grand Tour', il viaggio di formazione che avrebbe dovuto renderli migliori. Pare che il termine turismo e la tendenza delle masse a viaggiare provenga proprio da lì: oggi il nostro Paese mantiene un'alta vocazione turistica, ma il settore - che pesa oltre il 5% del Pil e il 6% degli occupati del Paese (dati Banca d'Italia) - si sta trasformando, diventando sempre più digitale.

L'ITALIA È PRIMA AL MONDO per numero di luoghi riconosciuti come patrimonio dell'umanità dall'Unesco e conta 4.976 siti tra musei, monumenti e aree archeologiche, che ogni anno vengono visitati da 110 milioni di persone, per un incasso di oltre 300 mln di euro. A cambiare il turismo



QUANDO IL TURISMO DIVENTA DARK
 il caso più eclatante è quello dei viaggiatori che visitano l'area intorno all'ex centrale nucleare di Chernobyl, dopo il successo della serie televisiva prodotta da HBO

italiano è arrivato prima di tutto Airbnb, l'affitto di case private a fini turistici. L'azienda Airbnb ha una valutazione intorno ai 31 mld di dollari: più alta addirittura di Hilton. L'Italia, per Airbnb, è il terzo mercato dopo Usa e Francia, con 340 mila annunci di appartamenti e singole stanze. Posizionate soprattutto lungo le coste e nelle città d'arte.

LE TECNOLOGIE DIGITALI e le startup innovative hanno travolto il settore turistico togliendo sempre più clienti agli operatori tradizionali. Il mercato del turismo digitale nel 2019 in Italia ha registrato una crescita del 9% per un valore di 15,5 mld di euro, mentre l'intero settore dei viaggi nel 2018 si attesta sui 58,3 mld di euro, con un incremento del 2% rispetto all'anno precedente. Gli italiani prenotano le loro vacanze prettamente online, utilizzando nel 77% dei casi il desktop; una transazione su quattro, invece, avviene da mobile con un incremento del 32% rispetto al 2018. I dati sono dell'Osservatorio innovazione digitale del Politecnico di Milano: il

GLI ITALIANI
 PRENOTANO LE
 LORO VACANZE
 SOPRATTUTTO
 ONLINE
 UTILIZZANDO
 NEL 77% DEI
 CASI IL PC

web viene scelto per prenotare spostamenti (63%) e alloggi (30%) ma anche pacchetti ed esperienze.

NEL PANORAMA DEL TURISMO DIGITALE non c'è solo Airbnb, anzi: una galassia di startup si sta facendo strada nel settore. Italianway, per esempio, è la startup proptech fondata da Davide Scarrantino e guidata da Marco Celani, che gestisce oltre 700 immobili in tutta Italia tra appartamenti, ville e residenze d'epoca: tutte prenotabili tramite il sito. Si consulta la disponibilità degli alloggi e si può affittare un bilocale per un weekend o per un viaggio di lavoro proprio come si farebbe con un hotel. Nel 2019 ha gestito oltre 35 mila ospiti. Sailogy, invece, è nata nel 2013 con l'obiettivo di rendere la vacanza in barca accessibile anche a chi non dispone di un budget considerevole. "Si tratta di una rivoluzione - dice il fondatore Manlio Accardo a Fortune Italia - in un mercato fino ad alcuni anni prima appannaggio solo dei più esperti. Con il nostro software proprietario offriamo la

IL TURISMO CINESE TAX FREE

Lo shopping al centro del viaggio, lo scontrino medio in Italia è di 1.089 euro
 Di Chiara Baldi

NEI PRIMI OTTO MESI del 2019 il 34% delle vendite italiane del mercato tax free - cioè esentasse - è stato appannaggio dei cinesi e ha riguardato soprattutto il settore del lusso. Una crescita del 6% rispetto al 2018 e di 23 punti sopra i secondi in classifica, gli statunitensi. A dirlo sono i dati elaborati da Planet, azienda presente in 60 Paesi nel mondo, con circa 18 mld di euro di volumi e che si occupa di rimborsi dell'Iva e di pagamenti internazionali. Lo scontrino medio di un turista cinese è di 1.089 euro. "Chi viene in Italia vuole tornare a casa con un pezzo unico della nostra tradizione artigianale. Il

cinese conosce alla perfezione i brand più importanti e lo shopping è un momento fondamentale dell'esperienza di viaggio nel nostro Paese", ha spiegato Sara Bernabè, general manager di Planet in Italia. Tra le mete principali del turismo cinese in Italia ci sono gli outlet, che sono preferiti alle boutique classiche: in cima alla classifica degli outlet di riferimento c'è il 'The Mall Outlet' di Leccio, in provincia di Firenze, che è la destinazione preferita per il 16% dei turisti che arrivano dal paese della Grande Muraglia. Ma l'anno d'oro sarà il 2020, che a tutti gli effetti sarà all'insegna della cultura e del turismo Italia-Cina. E proprio per questo gli aeroporti si stanno attrezzando, rafforzando il ruolo strategico anche nel settore tax free: già nel primo semestre di quest'anno gli aeroporti hanno effettuato il 63% dei rimborsi Iva, contro il 29% di quelli dati non appena il turista rientra nel suo Paese

d'origine, il 7% nel centro delle città in cui fa acquisti e solo l'1% direttamente in negozio. La meta preferita per i cinesi è indubbiamente Milano anche se, un po' per la passione per gli outlet e la rinascita di Venezia, ha avuto una flessione rispetto al 2018. In città le strade che attirano il maggior numero di cinesi sono quelle del Quadrilatero della Moda, con via Montenapoleone in testa (37%), poi via Sant'Andrea (20%) e via Foscolo (11%). Via Sant'Andrea è però la strada in cui lo scontrino medio è decisamente più alto: circa 2.625 euro. Oltre Milano, le mete sono Roma, Firenze e Venezia, che negli ultimi anni ha saputo convogliare, tramite accordi con gli operatori, buona parte del turismo asiatico su sé stessa. Per trarre i maggiori vantaggi economici dalla passione dei turisti cinesi per il nostro Paese, "è diventato fondamentale - ha aggiunto Bernabè - che i retailer comprendano che offrire soluzioni

di pagamento con cui i viaggiatori hanno maggiore dimestichezza e si sentono di più a loro agio rappresenta un driver importante di crescita delle vendite e parte fondamentale di quella esperienza del lusso che tutto il mondo ci invidia". Tra le soluzioni più utilizzate



possibilità di effettuare prenotazioni in tempo reale, attraverso un sito avanzato che mostra solo le barche disponibili e al migliore prezzo di mercato". La startup ha un team di 'sail hunter' che viaggia per il mondo per scattare foto e girare video delle barche, costruendo relazioni personali con gli armatori, e un gruppo di consulenti per l'assistenza "formati per consigliare i clienti. Siamo un'agenzia indipendente, non collegata a cantieri nautici o società armatoriali, e questo garantisce la centralità del cliente e una proposta di barche basata su un algoritmo alimentato dalle recensioni". Oltre al noleggio, Sailogy si occupa anche di altri aspetti, dalla selezione del personale di bordo (skipper e hostess), ai voli aerei, dal transfer per raggiungere le basi di partenza, fino all'approvvigionamento della cambusa a bordo. I cambiamenti nel settore turistico hanno a che fare con l'intermediazione, dice Accardo: "negli ultimi anni gli operatori del settore si sono trovati a dialogare con una clientela sempre più consapevole, abituata a raccogliere

informazioni, confrontare diverse soluzioni e pretendere standard sempre più elevati. Per sopravvivere era necessario offrire un servizio adatto alle nuove esigenze: esperienze personalizzate, un sito vetrina curato, una comunicazione multi-canale. Importantissimo nel nostro mercato è poi avere la capacità di proporre sempre la barca e la destinazione più adatta alle esigenze di clienti, provenienti da tutte le parti del mondo (abbiamo clienti da 84 paesi). Per questo motivo stiamo sviluppando un algoritmo, su cui si baserà il nuovo sito, per personalizzare in modo dinamico le vetrine online in base ai trend e ai comportamenti d'acquisto dei clienti. Un altro obiettivo è ridurre l'andamento stagionale: per questo abbiamo un algoritmo dei prezzi dinamici, che permette di modulare l'offerta incrociando la propensione all'acquisto e la disponibilità di barche sui sistemi globali".

GAMIFICATION E TECNOLOGIE di realtà aumentata hanno poi cambiato il modo di fruire musei e poli archeologici. Quello delle esperienze immersive - cioè le tecnologie che utilizzano realtà virtuale o realtà aumentata - è un mercato che, secondo i dati Gartner e IDC, crescerà da qui al 2022 con un tasso medio del 74% annuo, e la spesa delle aziende per prodotti e servizi di AR e VR passerà da 1,06 mld di dollari nel 2017 a 16,84 mld di dollari nel 2022. Il turismo è in prima fila. Qualche esempio? Urban Bird è l'app che permette al viaggiatore di scoprire nomi e storia dei monumenti

The mall outlet' di Leccio, in provincia di Firenze, meta preferita dal 16% dei turisti cinesi

dai cinesi c'è Alipay, società di Ant Financial Services Group usata in Cina da oltre 900 milioni di cittadini (ma sono 1,2 miliardi in tutto il mondo gli utenti della app) con un volume di transizioni che è tre volte quello di PayPal. Con Alipay l'utente può ottenere il tax free senza dover modificare il suo canale di pagamento preferito. Per Luigi Liu, marketing manager Southern Europe di Alipay, "se l'Italia vuole cogliere appieno tutte le opportunità di business derivanti dal crescente turismo cinese, deve altrettanto saper intercettare le abitudini e le preferenze dei viaggiatori. Non solo viene ricercata la qualità in ciò che si compra, ma grande attenzione è posta anche al metodo di pagamento. I turisti cinesi si aspettano facilità e semplicità che solo l'instant mobile payment può dare".



IL VALORE DEL TURISMO SOSTENIBILE

Il sondaggio: gli italiani sono sempre più attenti alle ripercussioni delle proprie vacanze sull'ambiente di Alessandro Pulcini

GLI ITALIANI SONO sempre più consapevoli del valore del turismo sostenibile. Sono disposti a spendere un po' di più per vacanze che siano più rispettose dell'ambiente, e conoscono i danni che un turismo irresponsabile può provocare. A dirlo è il nono rapporto 'Italiani, turismo sostenibile e ecosostenibile', realizzato da Noto sondaggi e presentato, a Roma, dalla Fondazione Univerde con il Touring Club Italiano. Per il presidente di Univerde, Alfonso Pecoraro Scanio, "in Italia sono arrivati prima i turisti e poi il turismo. Non pianifichiamo un settore che può avere un grave impatto ambientale, tra cementificazione e eccesso di affollamento". Nonostante questo, "gli italiani sono molto più attenti ai temi della sostenibilità di quanto si pensa". Infatti non cresce solo l'interesse degli italiani per le vacanze a tema 'naturale' (2 punti percentuali in più nel 2019 rispetto alla media 2011-2018),

ma anche la disponibilità a sacrificare il portafoglio in nome della sostenibilità. Mentre il 48% si dice pronto a spendere qualcosa in più, il 10% addirittura pone l'ambiente come priorità assoluta, al di là dei costi. Con un aumento di tre punti sul 2018, il 44% degli intervistati (a riprova di come la sostenibilità si rifletta sul business) dice di informarsi sull'attenzione all'ambiente della struttura turistica dove vuole andare in vacanza. D'altronde non solo la sensibilità per il turismo sostenibile crescerà (ne è convinto il 68% degli italiani), ma è anche vista come 'necessaria' (47%) e come una vera e propria 'opportunità di crescita' per lo sviluppo economico delle aree turistiche. La risposta a questa voglia di 'green', per Pecoraro Scanio, la devono dare le istituzioni, ad esempio con "un Ecobonus specifico che incentivi la riqualificazione delle strutture turistiche".

LA 'SHAZAM' DEI MONUMENTI

Monugram, il turismo esperienziale grazie all'intelligenza artificiale
 Di Nicola Sellitti



NON RICONOSCI un monumento a New York, oppure a Nuova Delhi o in una città italiana? Basta un clic via smartphone. Ci pensa Monugram, ovvero lo Shazam dei monumenti, applicazione che attraverso una fotografia del monumento fornisce informazioni sul nome, fornendo anche una scheda, su storia e offerte specifiche. Dunque, statue, musei, pezzi d'epoca riconosciuti attraverso gli algoritmi dell'intelligenza artificiale. Per un nuovo strumento che punta forte sul turismo esperienziale, mercato da 8 mln di euro in Italia nel 2018 e da 83 mln a livello mondiale.

"La nostra volontà era realizzare un prodotto per il riconoscimento dei monumenti, prima ancora di sviluppare un'applicazione - spiega Valerio Rossi, il Ceo di Monugram, formazione al Cern e un'esperienza professionale al Parlamento Europeo - l'obiettivo è fornire un pacchetto turistico esperienziale disegnato sulle esigenze del cliente, ottenendo anche una quantità di dati sugli stessi clienti attraverso l'applicazione, che ci consente di essere più specifici rispetto ai competitor". Insomma, una guida turistica digitale alla mano. Attraverso il cellulare, con applicazione che si scarica via iOS e

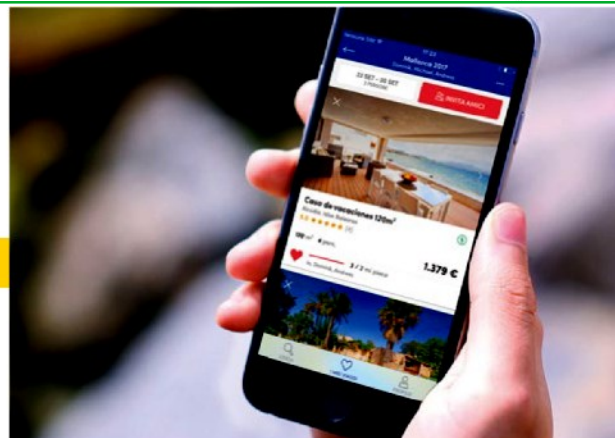
Android, c'è lo scatto di una chiesa, oppure di un quadro: sullo schermo compaiono informazioni in italiano oppure in inglese e le spiegazioni in viva voce. E sull'app c'è spazio anche per la sessione business, in cui qualsiasi tour operator crea un'esperienza turistica, un pacchetto che può essere scelto dal cliente. La startup è in fase di accelerazione, dopo aver ricevuto un finanziamento da 150 mila euro L'venture Group nel programma Luiss Enlabs, che lavora per trasformare una startup digitale in una realtà d'impresa. I primi passi sono arrivati con la vittoria del Dock3DemoDay, l'evento finale di Dock3 - The Startup Lab, il primo percorso di validazione di idee imprenditoriali innovative dell'Università degli Studi Roma Tre. Poi, il viaggio nella Grande Mela, nella Silicon Valley, tra acceleratori e business angels, "dove il sistema è simile a quello italiano, incubazione, pre-accelerazione, accelerazione, ovviamente con maggiori disponibilità economiche", spiega il Ceo di Monugram, che ha stipulato contratti da 200 mila euro nei primi tre mesi di lavoro con sette operatori turistici. Le prospettive di crescita indicano un fatturato a quota un milione di euro entro i primi mesi del 2020.

mentre li visita. Father&Son, l'app adottata dal Museo Archeologico Nazionale di Napoli, invece, è stata scaricata oltre 4 milioni di volte, e permette con un videogioco di visitare Pompei prima dell'eruzione del Vesuvio oppure di scoprire i beni del museo. La gamification - il processo per cui la visita diventa un gioco - è una delle tecniche più usate dai musei per attrarre visitatori. Succede a Taranto, nel Museo Archeologico, con un gioco di investigazione, oppure nelle varie sperimentazioni come la 'Van Gogh experience' dove grazie al visore di realtà virtuale si può entrare direttamente nel quadro. Poi ci sono le ricostruzioni digitali dedicate ai tesori dell'antichità: come quella delle Terme di Caracalla, della Domus Aurea, dell'Ara Pacis, che si può ammirare nei colori originari grazie alla realtà virtuale.

A INFLUENZARE LE SCELTE DI VIAGGIO, infine, concorre un elemento inesistente nei tempi antichi: il fattore Instagram. Secondo una ricerca di OnePoll per eDreams, il 58% degli italiani sceglierebbe la meta delle proprie vacanze sulla base della sua 'fotogenicità'. La necessità di riempire l'account Instagram di foto che colpiscono i follower ha portato alla ribalta mete turistiche inaspettate: con un risvolto 'dark'. L'ultimo caso è l'apertura al pubblico del reattore 4 della centrale nucleare di Chernobyl. La zona dove nel 1986 esplose un reattore provocando uno tra i più gravi incidenti nucleari della storia è già da diversi anni accessibile ai turisti per incredibili 'tour della morte': ora i visitatori più intrepidi potranno entrare direttamente nella sala di controllo da dove è stata innescata l'esplosione. Una recente serie tv ha reso 'famoso' il luogo, attraendo la curiosità di tantissimi influencer che sono andati in Ucraina per un selfie nei luoghi abbandonati. Dopo la messa in onda della serie, la zona della centrale ha registrato un aumento delle visite del 35% rispetto allo scorso anno, con prenotazioni che in estate hanno sfiorato il +40%. La decisione di rendere visitabile la sala di controllo è parte di una strategia governativa messa in campo dal presidente Volodymyr Zelensky per incoraggiare il turismo nella zona. Il 'dark tourism' che dal 2011 viene promosso da alcune agenzie specializzate aveva finora 'risparmiato' le zone più pericolose, come la sala del reattore 4, dove si registrano radiazioni 40 mila volte più alte rispetto a una situazione 'normale'. Ma questo tipo di turismo non si ferma davanti a niente: i

A 'CACCIÀ' DI CASE VACANZA

Holidu è un vero e proprio motore di ricerca che sfrutta il riconoscimento delle immagini di Antonio Santamato



IN POCO TEMPO è diventata una delle aziende di viaggi in più rapida crescita in tutto il mondo. Holidu (www.holidu.it), startup fondata nel 2014 dai fratelli Johannes e Michael Siebers, annuncia ora di aver chiuso un round di finanziamento di serie C da 40 mln di euro. È un vero e proprio motore di ricerca di appartamenti per vacanze, è attivo in 21 mercati e soddisfa più di 10 milioni di utenti al mese. Con la sua tecnologia brevettata di riconoscimento delle immagini, confronta i prezzi di oltre 15 milioni di proprietà in affitto su 600 siti web diversi, tra cui Airbnb, Booking.com e Homeaway, permettendo agli utenti di risparmiare fino al 55% sulle loro prenotazioni. "Il nuovo finanziamento da 40 mln di euro - dice a Fortune Italia Johannes Siebers Ceo e cofondatore di Holidu - servirà a guidare ulteriormente lo sviluppo di entrambi i nostri prodotti, Holidu e Booki- ply; l'azienda aumenterà inoltre il proprio inventario aumentando il portafoglio dei partner Holidu collegati e moltiplicando rapidamente il numero di proprietari di

case vacanza, che lavorano con Booki- ply". Il round è stato guidato da Prime Ventures, con la partecipazione di Coparion e MairDuMont Ventures. A partecipare sono stati anche tutti gli investitori esistenti, tra cui EQT Ventures, Venture Stars, Senovo e il business angel Chris Hitchen. È un'esperienza negativa e frustrante dei fratelli Siebers a dare inizio a tutto: durante la prenotazione di una casa vacanza per fare surf in Portogallo i due - Micheal, 30 anni (incluso tra i 'Forbes 30' under 30 di quest'anno) e Johannes, 34 anni - passano ore fra decine di siti web per trovare l'alloggio giusto e si rendono conto che alcuni degli alloggi vengono offerti su più siti a prezzi diversi. Prenotare una casa vacanza è spesso difficile anche perché i calendari mostrati sui siti web spesso non vengono aggiornati: così Johannes e Michael hanno deciso di risolvere queste problematiche riscontrate e si sono presi in carico la missione di rendere finalmente facile la ricerca e la prenotazione

di case vacanza. Da allora, Holidu (totale dell'investimento iniziale: 62 mln di euro) è cresciuta 100 volte tanto tra il 2015 e il 2019. La frammentazione del mercato rende la prenotazione di case vacanza difficile per i viaggiatori, ma rende anche complicata la gestione degli affitti per i proprietari di case vacanza. "Il mercato (degli appartamenti per vacanze, ndr) è ancora in crescita - afferma Siebers - e si sta spostando da offline a online. Questa è un'enorme opportunità per noi, per dare alle agenzie locali e ai piccoli proprietari di case il software perfetto per gestire le proprietà e le prenotazioni, grazie a Booki- ply". È un software che serve i proprietari di case vacanza distribuendo gli immobili ai più grandi siti web di viaggi, sincronizzando i calendari e creando descrizioni multilingue e foto professionali. Un team di esperti si occupa della comunicazione con i viaggiatori e aiuta i proprietari a massimizzare i ricavi. Booki- ply gestisce già 5.000 proprietà ed è leader di mercato in diverse destinazioni turistiche

europee. L'attenzione è rivolta ai proprietari di case, che non sono ancora online o la cui presenza digitale può essere ottimizzata. È uno dei principali connectivity partner di Booking.com ed è stato recentemente premiato per la qualità dei suoi prodotti. "Crediamo - aggiunge Michael Siebers, Cto e co-fondatore di Holidu - nel potere della tecnologia e dei dati e nel fatto che, collegando questi due elementi, quasi tutti i problemi possano essere risolti. Il mercato delle case vacanza è ancora indietro di dieci anni rispetto agli altri mercati digitali, quindi l'opportunità è enorme". L'investimento porterà benefici diretti anche in Italia: grazie al nuovo finanziamento Holidu (sede principale a Monaco di Baviera) prevede l'apertura di più uffici regionali. "C'è già un ufficio a Bolzano - afferma Siebers - e stiamo lavorando all'apertura di nuovi uffici a Milano per l'Italia, ad Amsterdam in Olanda e a Marsiglia in Francia. Oltre alla sede di Monaco di Baviera, al momento abbiamo già uffici a Maiorca e Tenerife".

visitatori che vorranno avventurarsi nella sala di controllo dovranno indossare tute, elmetti e maschere, ma saranno sufficienti?

CHERNOBYL NON È UN CASO ISOLATO. Il lago di Novosibirsk, per esempio, è stato soprannominato 'le Maldive della Siberia' per le sue acque turchese. In realtà il lago non ha nulla di paradisiaco, essendo sostanzialmente una discarica tossica. Ma 'l'instagrammabilità' delle sue acque turchine è tale da aver spinto la Siberian Generating Company (Sgk), la centrale termoelettrica vicina al laghetto, ad ammonire

DOPO LA
MESSA IN
ONDA DELLA
SERIE, A
CHERNOBYL
UN AUMENTO
DELLE VISITE
DEL 35%

tutti i turisti: le componenti tossiche potrebbero essere fatali a chi vi si dovesse immergere. Il dark tourism ha registrato crescente interesse negli ultimi 10 anni sia da parte dei turisti, sia da parte del mondo accademico, che ha triplicato gli studi nel settore. Nel Regno Unito è stato anche aperto un istituto di ricerca specializzato sul tema, l'Institute for Dark Tourism che è parte dell'Università del Central Lancashire: una evidenza di come il tema non sia affatto da sottovalutare e di come abbia implicazioni che hanno a che fare con aspetti sociali e antropologici. ■

FORTUNE ITALIA FINANCE 2019



LA RIVOLUZIONE CHE NON ASPETTA

Come sta cambiando il Fintech: regole e mercato. All'evento di Fortune Italia, un confronto fra player nuovi e più tradizionali: PostePay, Enel X, Banca Etica, Gruppo Sella. Il punto di vista dell'Abi e l'approccio delle Autorità: Bankitalia e Consob

di Fabio Insegna

FINTECH È UNA RIVOLUZIONE. E, come tutte le rivoluzioni, non aspetta. La convergenza di dati e finanza, con l'ingresso di nuovi player e l'introduzione costante di nuovi strumenti, sta cambiando il mercato a partire dalle sue fondamenta. Lo sanno bene le banche

che la rivoluzione l'hanno prima sottovalutata, poi subita, e solo più recentemente compresa e iniziata ad affrontare. Lo sanno bene le Autorità, Bankitalia e Consob, che si trovano a dover regolare e vigilare in un contesto in continua trasformazione. Di questa rivoluzione ci siamo occupati nel nostro evento 'Mercato e regole: come sta cambiando il Fintech'.

COME STA CAMBIANDO IL MERCATO

Al Tempio di Adriano, nella sede della Camera di Commercio di Roma, si sono confrontati in una prima sessione quattro protagonisti del mercato: il responsabile dei pagamenti di PostePay, Walter Pinci, il responsabile Financial services di Enel X, Giulio Carone, il direttore generale di Banca Etica Alessandro Messina, l'amministratore delegato del Gruppo Sella, Pietro Sella. La scelta dei relatori ha privilegiato la volontà di mettere allo stesso tavolo due realtà che nascono all'interno di grandi operatori, Poste e Enel, e che arrivano da settori diversi, e due banche con caratteristiche particolarmente interessanti: Banca Etica, che punta a conciliare innovazione e investimenti sostenibili, e il Gruppo Sella, pioniere dell'innovazione finanziaria fin dall'introduzione dell'online banking. Il confronto, moderato da Gerardo Graziola, Radiocor - Sole24ore, ha fatto emergere le peculiarità di ogni attore, insieme alle logiche di sistema che accompagnano la crescita del Fintech. "Stiamo vivendo un momento epocale", ha premesso Pinci, enfatizzando un dato significativo a livello globale: "L'India, un colosso da quasi 1,5 mld di popolazione, in 10 anni è passata dal 20 all'80% dei pagamenti elettronici". Detto del contesto, ecco "la scommessa" fatta da Poste: "prendere un ramo del gruppo e utilizzarlo per rendere il commercio elettronico accessibile a tutti". Poste, con PostePay, ha proseguito Pinci, "ha volgarizzato i pagamenti elettronici, facendo leva su un brand importante per passare da un mondo che è quello della carta prepagata (un marchio che è sinonimo di prodotto) a una strategia di pagamen-

COME STA
CAMBIANDO
IL MERCATO

Nuovi player e operatori tradizionali di fronte a una sfida condivisa: sfruttare le opportunità dell'innovazione in campo finanziario



Da sinistra: Pietro Sella, Alessandro Messina, Giulio Carone e Walter Pinci

ti". Anche perché la convinzione del Gruppo è che "il futuro non sia card based". Stessa impostazione, si parte dal contesto favorevole e si arriva alle scelte strategiche, in casa Enel. "Stiamo diventando sempre più cash free, il contante tenderà a scomparire", è la previsione di Carone. Poi, "c'è la macchina della digitalizzazione che consente di pagare con strumenti diversi". Enel, in questo scenario, ha una posizione privilegiata. "Generiamo di sole bollette 500 mln di transazioni nel mondo e con l'auto elettrica queste transazioni sono destinate a salire ancora". Partendo da questi dati, ha spiegato Carone, "ci siamo chiesti se possiamo avere un ruolo nei pagamenti e ci siamo risposti che possiamo averlo: vogliamo dotare qualsiasi cittadino della possibilità di usare e ricaricare l'auto elettrica, quindi la nostra platea potenziale va oltre quella dei nostri clienti, è quella dei consumatori europei". Dai 'nuovi' operatori alle banche. "Nella cultura hacker, che fa nascere molte delle tecnologie come la blockchain, c'è l'idea di essere autonomi, indipendenti e non vincolati alle grandi corporation e ai giganti del big tech. Ma come tutte le grandi utopie va messa alla prova dei fatti", ha argomentato Messina introducendo il suo contributo. Le tecnologie, ha proseguito, "stanno scardinando tanti equilibri, sono opportunità ma portano anche dei rischi". Messina ha fatto riferimento a un tema particolarmente 'caldo', la novità portata da Facebook con

**WALTER PINCI**

Responsabile
Pagamenti
PostePay

"POSTE HA FATTO UNA SCOMMESSA: PRENDERE UN RAMO DEL GRUPPO E UTILIZZARLO PER RENDERE IL COMMERCIO ELETTRONICO ACCESSIBILE A TUTTI. POSTEPAY HA VOLGARIZZATO I PAGAMENTI ELETTRONICI"

**GIULIO CARONE**

Responsabile
Financial Services
Enel X

"GENERIAMO DI SOLE BOLLETTE 500 MLN DI TRANSAZIONI NEL MONDO E CON L'AUTO ELETTRICA SONO DESTINATE A SALIRE: LA NOSTRA PLATEA POTENZIALE VA OLTRE QUELLA DEI NOSTRI CLIENTI, È QUELLA DEI CONSUMATORI EUROPEI"

**ALESSANDRO MESSINA**

Direttore generale
Banca Etica

"I TEMI DELLA FINANZA SOSTENIBILE E DELL'ASSETTO DEL MERCATO FINANZIARIO SONO STRETTAMENTE CONNESSI CON LA TECNOLOGIA: È UN FATTORE CHE RENDE PIÙ LIBERI MA SE FAVORISCE LA CONCENTRAZIONE DIVENTA UN GRANDE RISCHIO"

**PIETRO SELLA**

Amministratore
delegato Gruppo
Sella

"DIETRO LA VELOCITÀ DELL'INNOVAZIONE C'È UN'ELEVATA FREQUENZA DI ERRORI DIFFICILI DA GESTIRE. SE NON VUOI RISCHI OPERATIVI BASTA NON INNOVARE MA IL RISCHIO DI NON INNOVARE È MOLTO PIÙ ELEVATO"

Libra. "Ho colto un segnale interessante, perché le banche centrali hanno iniziato a capire che bisogna fare sul serio". Banca Etica, da questo punto di vista, è in prima fila. "I temi della finanza sostenibile e dell'assetto del mercato finanziario sono strettamente connessi con la tecnologia: è un fattore che rende più liberi ma se favorisce la concentrazione diventa un grande rischio", ha sintetizzato Messina. Tecnologia e rischio portano rapidamente l'attenzione sul tema regole. Pietro Sella ha il profilo migliore per dare un'indicazione chiara su questo fronte. Anche in questo caso, la premessa è significativa. "Le regole non sono facili da emanare, controllare non è facile. Bisogna ricordarselo". Poi, però, il banchiere ha voluto anche ricordare che "un eccesso di regole non ha un effetto positivo sull'innovazione", perché "defocalizza" rispetto alle priorità. C'è un dato, ovviamente approssimativo, che rappresenta bene il concetto. "Abbiamo ricevuto, come banche, 1500

prescrizioni normative a settimana negli ultimi dieci anni: servirebbe l'intelligenza artificiale per gestire la compliance", perché "c'è talvolta una contraddizione difficile da interpretare". Anche per questo "il danno principale" che ha indicato Sella "è che le regole in eccesso hanno irrigidito molto l'innovazione". La sintesi del ragionamento però si spinge più avanti. La regola, ha sottolineato il banchiere, "non deve mai essere un alibi", perché "la capacità di innovare non dipende dalle regole". Anzi, le regole se sono buone regole "possono essere un elemento di vantaggio". Il punto importante è che "il regolatore, il normatore e l'innovatore lavorino insieme". Questo, soprattutto perché "dietro la velocità dell'innovazione c'è un'elevata frequenza di errori". È un problema di gestione del rischio: "se non vuoi rischi operativi

REGOLE E
VIGILANZA

Le Autorità di fronte alla trasformazione della finanza: l'esigenza di creare un ecosistema favorevole all'innovazione preservando la stabilità

Da sinistra: Paolo Ciocca, Alessandra Perrazzelli, Andrea D'Ortenzio e Fabio Insenga



basta non innovare ma il rischio di non innovare è molto più elevato". Quindi, "un buon rapporto tra regolatore e innovatore è la base per gestire il processo di apprendimento e gestire insieme il rischio accettabile".

REGOLE E VIGILANZA

Non poteva esserci assist migliore per la seconda sessione dei lavori, quella su regole e vigilanza, introdotta dal contributo del direttore generale dell'Abi, Giovanni Sabatini. Le banche, ha evidenziato, "sono le prime fintech, l'innovazione tecnologica è nel loro dna, è una componente fondamentale del servizio bancario". Oggi, ha proseguito, "ci sono nuovi attori che entrano nel mercato, soprattutto nel settore dei pagamenti, e

vedo la relazione tra banche e fintech complementare: le fintech hanno una maggiore capacità innovativa, una maggiore flessibilità e un migliore 'time to market' ma spesso mancano della base di clientela, del capitale per gli investimenti che servono ad agire su larga scala e della cultura delle regole. La cooperazione è naturale e si possono trovare soluzioni che portano un vantaggio per entrambi". Diverso, ha invece spiegato Sabatini, il tema delle big tech: "operano su scala multinazionale e spesso sfuggono alle regole". Le regole chiamano in causa la vigilanza e il ruolo di Bankitalia e Consob, che si sono confrontate nella seconda sessione, moderata da Andrea D'Ortenzio, Ansa. "Ci troviamo a lavorare in un mercato molto polarizzato, con banche che hanno ancora un approccio estremamente tradizionale. E questo rende meno facile una soluzione di vigilanza che possa essere da stimolo a una maggiore attitudine all'innovazione", ha premesso Alessandra Perrazzelli, convinta che "sposare la rivoluzione tecnologica vuol dire anche avere una visione del rischio e dell'offerta diversa". Come in tutte le grandi rivoluzioni, ha quindi aggiunto, "una delle cose più importanti è lavorare sul capitale umano, su determinate skills all'interno delle banche". Perché "serve una mentalità forward looking e serve un ecosistema di supporto". Un esempio per tutti? "Fondamentale è una cultura che non penalizzi il fallimento: per una startup che funziona, ce ne sono decine che non vanno



PAOLO CIOCCA

Commissario
Consob

“NON ABBIAMO VISTO ANCORA MOLTO, MOLTO DEVE ANCORA ARRIVARE. LA RIVOLUZIONE VERA ARRIVERÀ DALL'IOT CON UNA DISPONIBILITÀ DI CONNESSIONE DIVERSA. VUOL DIRE CHE AVREMO TUTTO UN ALTRO MONDO DI TRANSAZIONI FINANZIARIE”



ALESSANDRA PERRAZZELLI

Vice direttrice
generale Bankitalia

“UNA DELLE COSE PIÙ IMPORTANTI È LAVORARE SUL CAPITALE UMANO, PORTANDO DETERMINATE SKILL ALL'INTERNO DELLE BANCHE. SERVONO UNA MENTALITÀ FORWARD LOOKING E UN ECOSISTEMA DI SUPPORTO”

da nessuna parte”. A completare il quadro, le parole con cui il commissario Consob Paolo Ciocca ha sintetizzato la portata della trasformazione in corso. “Non credo che abbiamo visto ancora molto. Molto deve ancora arrivare. La rivoluzione vera dell'Iot con il 5G è una rivoluzione ad una scala di disponibilità di connessione, e quindi di dati, diversa: vuol dire che avremo tutto un altro mondo di transazioni finanziarie”. Il fulcro del ragionamento è la convergenza di dati e finanza. “Già oggi, i dati sono finanza e la finanza è fatta di dati e i due settori hanno in comune il trust, la fiducia. Senza fiducia non c'è proprio il business. E c'è un altro punto in comune: chi prima parte si 'mangia' l'altro”, ha spiegato Ciocca. Per il regolatore, tutto questo “vuol dire reinterpretare concetti come trasparenza, accountability, protezione del risparmiatori”. Torna quindi in scena il tema Libra. A inquadrarlo è stata l'analisi di Perrazzelli. “Facebook ha accesso a una massa

LIBRA

La criptovaluta voluta da Facebook che vuole diventare globale



Libra è una criptovaluta creata dall'associazione no profit Libra Association. Composta da varie aziende, l'associazione è guidata da Facebook attraverso la sua sussidiaria Calibra. Funziona sulla base di una piattaforma blockchain e punta ad essere una moneta digitale globale, dedicata a chi non ha un conto in banca: in molti, però, pensano che possa diventare veicolo per traffici illeciti. Dall'associazione ultimamente si sono tirati indietro alcuni partner importanti: PayPal, Mastercard, Visa, eBay, e Stripe. In ottobre, il numero uno di Facebook Mark Zuckerberg ha parlato al Congresso americano, mostrandosi cauto sul futuro di Libra

enorme di dati. Si crea una situazione di fiducia attraverso la piattaforma con cui si scambiano una serie di cose, inclusi beni e servizi. È un ipermercato virtuale enorme. Tocca il mondo regolato, dove si ha accesso alle banche e sistemi di pagamenti di varia natura, e un mondo che non ha quell'accesso ma che ha una connessione di rete. Libra si pone come una soluzione geniale nei confronti di chiunque voglia fare transazioni e non ha necessariamente accesso alle banche”. È proprio in questa caratteristica la chiave del problema. “C'è una polarizzazione e si crea una piattaforma per chi non è bancabile e anche per l'economia parallela, quella illegale. È una cosa che fa tremare le vene ai polsi”. A questo punto, arriva il punto di vista dell'Autorità, o meglio delle Autorità. “Come Banca centrale non abbiamo assolutamente chiuso la porta, pensiamo che le vere battaglie si fanno dentro e non stando in una riserva indiana. Ma c'è un atteggiamento di grande prudenza che ha una valenza geopolitica. È una scelta che va operata in un contesto molto più ampio rispetto alle stanze di Palazzo Koch: chi vogliamo essere noi? Chi blocca? Chi facilita ma controlla? Chi apre completamente le porte? E come si pone l'Europa?”. La vice direttrice generale di Bankitalia ha chiuso la sua analisi con una indicazione significativa: “vogliamo vedere come si compie la formazione del board di Libra” e serve un confronto serio nel metodo e nel merito. Facebook, ha ricordato Perrazzelli, “si è accostata ai regolatori, pensando di trovare 'l'anello al naso' e ha invece trovato competenza e attenzione”. Anche la Consob ha un approccio piuttosto pragmatico. “Siamo di fronte a un'innovazione e a un'idea che può essere replicata da altri: dobbiamo capire innanzitutto cosa è. Partendo da questo dato, si costruisce il resto”, ha evidenziato Ciocca, entrando poi nel merito: “se non è moneta, qualcuno dà dei soldi e c'è una promessa, c'è altro. Se inizia a essere questa cosa qui, si ricade in un assetto di regole conosciute: le accetti o non le accetti?”. Il punto chiave, secondo il commissario Consob, è il carattere dell'infrastruttura. “Ci sono 2,5 mld di clienti potenzialmente in rete. Diventi intermediario, sì o no? Ci sono temi classici, a partire dalla trasparenza e dal conflitto di interessi”. Per questo, che si parli di Libra o di un soggetto simile, “comprendere come possa funzionare è fondamentale”. ■

Google accumula dati sanitari

Per creare un motore di ricerca in campo medico. All'insaputa però dei pazienti americani
Bertolino a pagina 13

BIG G STA RACCOGLIENDO E ANALIZZANDO MILIONI DI CARTELLE CLINICHE DI CITTADINI USA

Google accumula dati sanitari

La collaborazione con 151 ospedali punta a creare un motore di ricerca medico. Ma all'insaputa dei pazienti

DI FRANCESCO BERTOLINO

Google sta raccogliendo e analizzando i dati sanitari di milioni di pazienti americani. A loro insaputa. Secondo il *Wall Street Journal*, l'anno scorso Big G ha stretto un accordo con il gruppo cattolico Ascension che gestisce oltre 2600 siti di cura e 151 ospedali in 21 Stati Usa. La collaborazione ha consentito ad almeno 150 tecnici di Alphabet l'accesso ad analisi, diagnosi, cartelle cliniche e altri dati sensibili di decine di milioni di cittadini americani. Il progetto - nome in codice Nightingale - ha come primo obiettivo la realizzazione di un software che combina intelligenza artificiale e algoritmi di machine learning per elaborare terapie e percorsi di cura personalizzati sul singolo paziente. Lo scopo ultimo di Google, tuttavia, è costruire un motore di ricerca sanitario che consenta di riunire i dati più disparati sui pazienti in una piattaforma, sempre e ovunque accessibile. Il fine, insomma, appare nobile, anche se non mancano dubbi sull'opportunità di affidare anche la raccolta e la gestione delle informazioni sanitarie a un colosso che già controlla e monetizza una massa enorme di dati personali. Più discutibili sono apparsi i mezzi utilizzati nel progetto da Google che ha però tenuto a precisarne la liceità. La raccolta dei dati clinici è infatti avvenuta all'insaputa di pazienti e medici interessati che sono stati tenuti all'oscuro delle analisi di Ascension e Google. La prassi

risulta tuttavia consentita dalla normativa Usa in materia - risalente al 1996 - che permette agli ospedali la condivisione di informazioni sui pazienti anche senza il loro consenso, purché ciò serva a «portare a termine le loro funzioni sanitarie». All'interno di questa ampia clausola si inserisce l'iniziativa di Big G che punta a rivendere il software creato con Ascension ad altri sistemi sanitari nel mondo. Per favorirne la commercializzazione, perciò, i tecnici di Mountain View stanno sviluppando il progetto in Google Cloud su cui il ceo di Google, Sundar Pichai, ha più volte detto di voler puntare per espandere i ricavi al di là della pubblicità. Big G dovrà vedersela con le altre big tech americane che, complice l'invecchiamento della popolazione, hanno tutte scorto nella salute un'opportunità di business formidabile. Anche Amazon, Apple e Microsoft hanno stretto accordi a vario titolo nel settore sanitario. Nessuna di queste collaborazioni però regge il confronto, per ampiezza e implicazioni, con quella fra Ascension e Google. Senza contare che Alphabet sta investendo miliardi in altre iniziative in ambito sanitario. Al gruppo fanno infatti capo anche Verily Life Sciences, società dedita allo sviluppo di dispositivi medici all'avanguardia, e Calico, azienda specializzata in biotecnologie e nella ricerca sulla longevità. Di recente, infine, Google ha comprato per 2,1 miliardi Fitbit, produttrice di dispositivi sanitari indossabili come orologi e braccialetti. (riproduzione riservata)



Blitz nella sanità
Google, scandalo
negli Usa: «Raccolti
i dati di 50 milioni
di persone malate»
 A pag. 25



Una "talpa" rivela al Guardian che il colosso del web negli Stati Uniti avrebbe utilizzato illecitamente le informazioni sanitarie degli ospedali per sviluppare un software dotato di intelligenza artificiale

Scandalo Google: «Raccolti i dati di milioni di pazienti»

L'INIZIATIVA, CHIAMATA "PROJECT NIGHTINGALE" RISPECCHIEREBBE LA VOLONTÀ DELL'AZIENDA DI METTERE PIEDE NELL'INDUSTRIA MEDICA IL CASO

Nuovo scandalo che riguarda l'uso dei dati personali nel mondo della tecnologia. Una "talpa" ha rivelato al *Guardian* che Google è impegnata nella raccolta di dati medici personali di circa 50 milioni di pazienti in 21 Stati Usa - a insaputa loro e dei medici - da Ascension, una catena cattolica di 2600 ospedali, studi medici e altre strutture che ne fa il secondo operatore sanitario privato del Paese.

La "talpa" che ha parlato con il giornale britannico è uno dei circa 300 dipendenti che lavorano all'iniziativa, denominata Project Nightingale.

LA COMPETIZIONE

Si tratta del più grande sforzo di un gigante della Silicon Valley di mettere piede nell'industria sanitaria attraverso la gestione dei dati medici dei pazienti. Ci stanno provando anche Amazon, Apple e Microsoft, ma finora non hanno siglato alcun accordo. Se ci fosse stata una violazione della privacy, il caso potrebbe essere analogo a quello di Facebook-Cambridge Analytica, che ha comportato una

multa da 5 miliardi di dollari per la piattaforma di Mark Zuckerberg. «Devo far sentire la mia voce su ciò che sta accadendo dietro le quinte», è il titolo del video che l'anonimo *whistle-blower* ha postato sulla piattaforma social *Daily Motion*, con centinaia di immagini di documenti confidenziali, anche sulle preoccupazioni espressi da dirigenti di Ascension.

Il trasferimento di dati comprende generalità, data di nascita, storia medica con analisi, diagnosi e ricoveri dei pazienti: 10 milioni finora, ma entro marzo saranno 50 o più milioni. «La maggioranza degli americani sarebbe a disagio se sapesse che i suoi dati sono stati trasferiti in modo aleatorio a Google senza adeguata salvaguardia e sicurezza», ha spiegato l'informatore, dicendosi preoccupato che la società possa vendere i dati a parti terze, usarli per pubblicità mirate o per predire i quadri patologici dei pazienti tramite le sue analisi di intelligenza artificiale.

LE LEGGI

In questo caso Google sta usando i dati in parte per progettare un nuovo software, sostenuto dalla ricerche sull'intelligenza artificiale, che suggerisce cambi di cura ai pazienti.

Google e Ascension si sono difesi assicurando che l'iniziativa, cominciata lo scorso anno, rispetta le leggi sanitarie federali, compresa la *Health Insurance*

Portability and Accountability Act (Hippa) del 1996, e comprende una robusta protezione dei dati. Secondo alcuni esperti di privacy, la Hippa consente in generale agli ospedali di condividere i dati con partner commerciali senza informare i pazienti ma solo se le informazioni sono usate «per aiutare l'operatore a realizzare le sue funzioni sanitarie». La talpa ritiene che vi possano essere violazioni.

LA REPLICA

Google cloud, dal canto suo, ha dichiarato che l'obiettivo «alla fine è migliorare i risultati, ridurre i costi e salvare vite». Ma non è la prima volta che la compagnia di Mountain View scivola nei suoi sforzi di diventare il player dominante in questo settore: nel 2017 il trasferimento di 1,6 milioni di dati di pazienti del Royal Free Hospital di Londra a *DeepMind Health*, la divisione che si occupa di intelligenza artificiale, risultò avere una «base legale inappropriata» secondo le autorità di vigilanza britanniche.

R.S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Manutenzione ai server di Google a Pryor, Oklahoma (foto EPA)

Anche
il capitalismo
diventa
immateriale

FABRIZIO ASSANDRI

PAG. 31

GLI ALLARMI DI STEFANO QUINTARELLI AL FESTIVAL DELLA TECNOLOGIA DI TORINO

“Sorvegliati e profilati, 24 ore al giorno” Le controverse regole del web-capitalismo

FABRIZIO ASSANDRI

«L'elettronica è diventata la trama del mondo. Viviamo già adesso all'interno di un computer, collegato a una rete, che gestisce la nostra identità e ci condiziona».

Non è uno scenario da Blade Runner, ma la realtà, senza contare che, «secondo alcune previsioni già nel 2020, anche se credo ci vorrà più tempo, per ogni persona ci saranno mille dispositivi, facendo “parlare” auto, palazzi, strade, vestiti». Per Stefano Quintarelli, imprenditore ed ex deputato di Scelta Civica, ideatore dello Spid, il sistema d'accesso ai servizi della pubblica amministrazione, l'elettronica ha ribaltato tutte le regole. Una rivoluzione copernicana che sposta l'asse dei rapporti di potere. La divisione conflittuale tra lavoro e capitale è sempre meno determinante e deve fare i conti con la pervasività di nuovi intermediari, quelli che Quintarelli definisce gli «infoplutocrati del web», i padroni di una rete che, apparentemente, si ritiene neutra. Perché i rapporti di lavoro tra i proprietari di un albergo e i dipendenti «passano in secondo piano, se l'hotel finisce in fondo nella lista dei

motori di ricerca».

Anche la proprietà privata sparisce, «perché ci sono beni, come i trattori, che l'agricoltore può non acquistare, ma ottenere in licenza d'uso. Negli Usa ci sono cause alla Corte Suprema per decidere se uno ha o meno diritto a modificare il “proprio”

trattore, intervenendo sul software».

Agli studiosi che definiscono quello attuale un «capitalismo di sorveglianza», in riferimento alla profilazione degli utenti per venderne i dati alla pubblicità, Quintarelli propone una definizione più estesa: «capitalismo immateriale». È anche il titolo del suo libro, pubblicato da Bollati Boringhieri e presentato al Festival della Tecnologia del Politecnico di Torino. Il capitalismo immateriale ha regole diverse da quello materiale e sulla carta ha la strada spianata. Un biglietto aereo o un software che permette di usare un mezzo di trasporto in sharing si riproducono con costi ridottissimi, senza contare «l'erosione della base imponibile e lo spostamento dei profitti, facendo shopping giurisdizionale».

Così, tra le 15 persone che detengono un patrimonio di mille miliardi, sette hanno fatto la ricchezza sui software. Ma come si è arrivati a questo

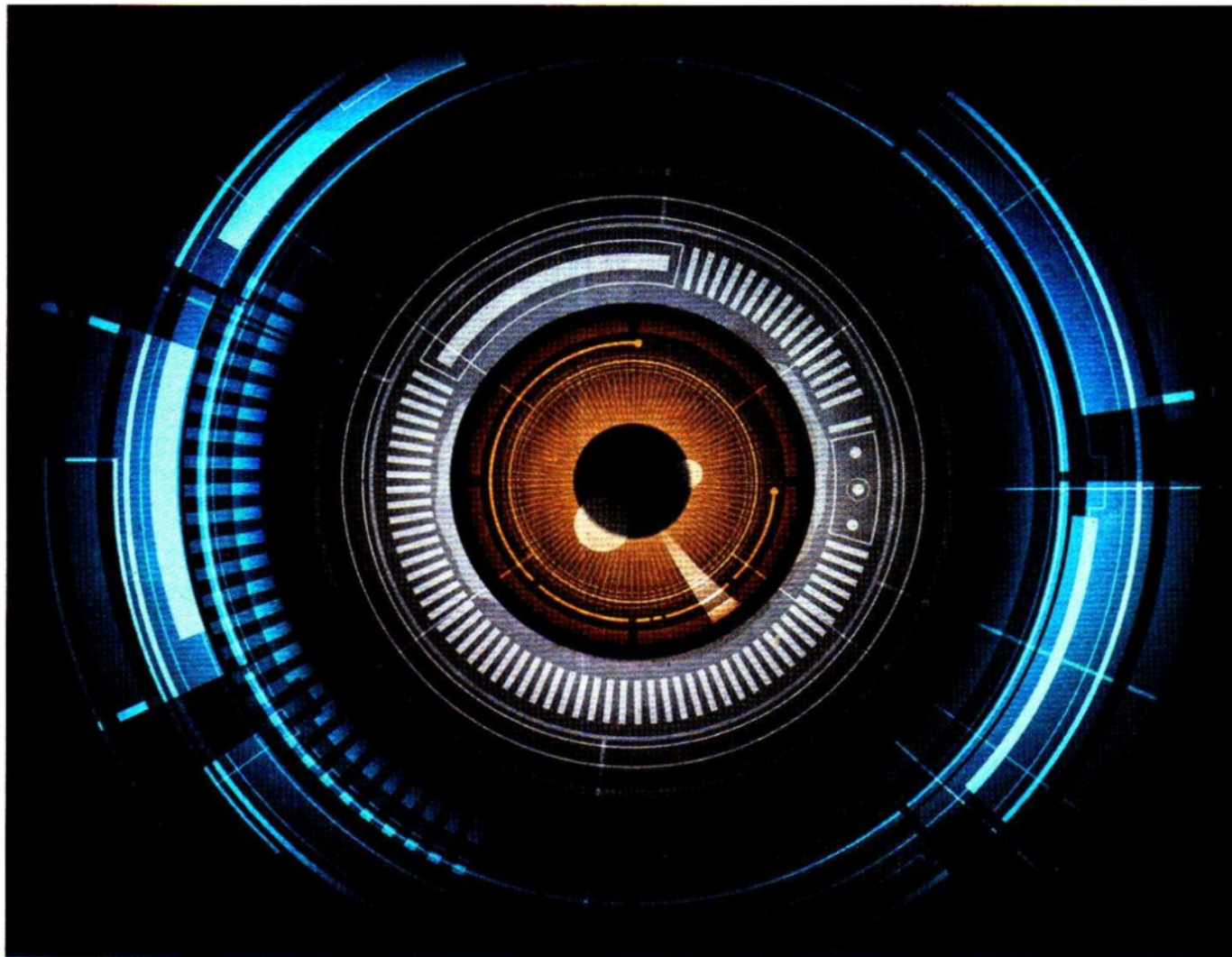
punto? Per Quintarelli Intelligenza Artificiale, Internet delle Cose e Big Data non sono che l'evoluzione dell'elettronica, le cui peculiarità stanno nella capacità di calcolo. «Nel 2021 raggiungeremo il limite di accelerazione della capacità di calcolo - dice -. A quel punto si competerà non più sulle performance ma sulla quantità. I computer costeranno sempre meno e prevedo fallimenti e fusioni tra i produttori di chip. Resteranno in pochi, sostenuti dall'industria militare».

Se si raggiungeranno limiti alla capacità di calcolo, quella di archiviazione migliorerà ancora, immagazzinando i dati dei sensori. Sono tante le conseguenze del capitalismo immateriale: da settori di produzione in ginocchio alla nascita di nuovi intermediari, che tendono al monopolio. Ma un rischio della profilazione è che, oltre a convincere gli enti a comprare questa o quella bicicletta, «li si condiziona, magari per destabilizzare un Paese, facendo credere loro che il mondo sia quella fetta che gli intermediari “ritagliano” per ciascuno».

Come se ne esce? «Serve una presa di coscienza che si traduca in un'azione politica. E regole a favore della concorrenza per frammentare i giganti del web e tassarli». —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI





PROCESSO-SHOW

"Ecco perché
si deve assolvere
la tecnologia"

GABRIELE BECCARIA

Non potevano non assolverla. Ma la formula è stata di «assoluzione con riserva». Epazienza se non possiede i crismi del rigore giuridico. Gli scienziati custodiscono sempre un dubbio e si trascinano volentieri il fardello dell'incertezza. Altrimenti non sarebbero ricercatori e tradirebbero la logica delle loro indagini.

L'imputata era la protagonista del XXI secolo, la tecnologia, e il luogo del «processo» il Politecnico di Torino, organizzatore proprio di un Festival della Tecnologia. Nell'Aula Magna, domenica scorsa, sotto gli sguardi della giuria, rappresentata dal presidente del Cnr Massimo Inguscio con il rettore del Politecnico Guido Saracco e il rettore dell'Università Stefano Geuna, si sono affrontati la filosofa dell'Università Iuav di Venezia Simona Morini e il direttore della Fondazione Istituto Italiano di Tecnologia Gianmarco Montanari. Lei nella parte del pm, lui in quella dell'avvocato difensore.

Morini ha descritto l'hi-tech come un'idra «pericolosa, imprevedibile e fragile». «Ne vorrei la decapitazione, ma ha

troppe teste!», ha ironizzato, enfatizzando i pericoli di un progresso senza regole e privo di un controllo sovranazionale. La mancata gestione dei cambiamenti climatici - ha ammonito - è l'esempio clamoroso del caos attuale. Montanari ha ribattuto che «senza computer, IA e Big Data saremmo privi di bussola»: la libertà equivale a una frenetica ricerca di conoscenza. Che però - ha ammesso - non può fare a meno di un «utilizzo consapevole». Nulla, nella tecnologia, è ineluttabile, se la si gestisce con spirito creativo: un po' alla Bacon, un po' alla Jobs.

«Se la condannassimo avrei qualche problema», ha sorriso Saracco, spiegando la necessità di condividere i saperi in rapidissima accelerazione, mentre, secondo Geuna, le neuroscienze ci ricordano che «la verità processuale non è necessariamente quella reale»: il boom di algoritmi e bytes richiede di riappropriarsi del principio di responsabilità.

Alla base c'è un'idea di democrazia che ibrida mondo scientifico e mondo umanistico, ha concluso Inguscio, evocando Aristotele: «Riscopriamo la sua lezione per una vita consapevole e pianificata. E' questo atteggiamento a renderci quasi divini». —

© BY NC ND ALG. D. M. I. RISERVATI



CONTROCANTO

NON STACCA LA SPINA AI SOCIAL

Sono accusati di imprigionare e irretire i loro giovani utenti. Ma le piattaforme come Facebook **umanizzano la tecnologia** e restituiscono il calore della famiglia.

di **Marcello
Veneziani**

Ecco la Bestia, il social. È il nemico numero uno da abbattere, punire, imprigionare. I capi d'accusa sono ormai ossessivi: gli insulti sulla rete, l'odio diffuso, il razzismo, il sessismo e l'omofobia, le fake news, e poi la dipendenza, il narcisismo di massa, i furti d'identità e la psicopubblicità, l'istupidimento collettivo. Si minacciano sorveglianze e punizioni, occhiute commissioni anti-odio nel nome di Liliana Segre, operazioni di polizia telematica, censure, «retate» e oscuramenti.

Ma oltre gli arcigni tutori del politically correct, anche un osservatore liberale come Paolo Del Debbio sostiene in un libro, *Cosa rischiano i nostri figli* (ed. Piemme) che i social hanno un'impronta alienante, totalitaria, quasi demoniaca.

Geert Lovink, che ha fondato e dirige l'Istituto di Network culture di Amsterdam, ritiene che i social siano il luogo triste in cui cresce «il nichilismo digitale», come titola nella versione italiana il suo libro edito dalla Bocconi. Secondo Lovink il «popolo del presente» è in preda a un'allucinazione temporale, per dirla con Roland Barthes. Nell'epoca dei social, disagio, distrazione e depressione di massa sono virali. Il titolo originario del suo testo è dedicato alla tristezza, una tristezza tecnologica, programmata e somministrata dalla rete. Cadiamo nel vuoto e nella solitudine appena smettiamo di cliccare e navigare.

Per dare un volto meno vago al Nemico, Lovink addita le piattaforme, come Google, Twitter, Instagram e Facebook, che imprigionano gli utenti dentro percorsi obbligati. E in particolare i loro agenti, i wistleblowers, le talpe che incanalano, irretiscono gli utenti. Per non dire della funzione nefasta degli algoritmi, in apparenza neutrali, ma in realtà usati e veicolati per controllare, invadere e reprimere la rete.

Non si possono negare le innumerevoli distorsioni dei social, gli effetti collaterali di una specie di democrazia diretta e assoluta della rete, con l'ignoranza sovrana unita all'arroganza e alla veemenza. Non si possono negare le dipendenze e l'alienazione indotte dai social e da alcune sue pratiche. Come il selfie, che Jodi Dean assimila a una specie di comunismo social che lui chiama «marxcisismo», incrocio tra marxismo e narcisismo. Tutti si sentono al centro del mondo, tutti si reputano «speciali».

Non si può negare il vuoto, la solitudine e la tristezza

che spesso inducono i social ma accanto c'è pure il versante ricreativo, lo svago e il divertimento. Non dimentichiamo la funzione ludica dei social e degli smartphone, evidenziata come loro ragione primaria in *The Game* da Alessandro Baricco. I social sono ambigui: evidenziano solitudini ma producono compagnia, rivelano l'assenza di legami sociali ma favoriscono il sentirsi parte di una community, stabiliscono o ristabiliscono rapporti, dialoghi, amicizie seppure a distanza.

Se rovesciamo lo sguardo, i social sono l'unico segno vivente di socialità conviviale, di comunicazione e di svago per masse di individui ridotti alla solitudine, allo sradicamento, al puro funzionare. Nei social c'è il riscatto umano della tecnica; la rivalsa giocosa, affettiva e perfino religiosa negata nella vita di scambio di un'epoca fondata sull'utile, la tecnica e il profitto. I social sono umani, troppo umani. Si rigenerano amicizie, consonanze ideali e ideologiche, comuni passioni, si ritrovano dialetti e archivi, famiglie patriarcali - il cugino ritrovato nella chat- circoli paesani, scolaresche naufragate nei decenni. Sui social si combatte una guerra di resistenza collettiva all'Oblio, alla Solitudine, al Tempo che cancella persone, fatti e gesti minimi della vita. Una terapia collettiva contro l'Alzheimer. Si consumano pure piccole tragedie e grandi scazzi, espulsioni e abbandoni, dichiarazioni d'odio e perfino suicidi (in gergo chi esce dalla rete si suicida), a volte non solo figurati. Ma nei grandi numeri c'è sempre un po' di tutto.

Certo, oltre i social c'è la vita vera, ci sono le cose che vanno vissute direttamente; è meglio incontrare *de visu* una persona, toccarla, vederla, senza ridurla a una remota icona. Non dobbiamo considerare i social come sostitutivi dei rapporti umani, degli studi e della lettura di libri e giornali. Tutto sommato, però, i social umanizzano la tecnica e restituiscono il calore perduto della famiglia, della comunità, delle emozioni condivise, perfino l'outing dei sentimenti. Il nichilismo digitale non nasce dalla rete; è il riflesso di un nichilismo ben più diffuso e radicale che si esprime anche in rete, ma che nasce da un'umanità sconnessa da ogni senso, legame e destino.

E l'odio? Si denunciino e si perseguano i casi specifici, applicando le leggi che ci sono; non si istituiscano leggi speciali e tribunali d'inquisizione. È pericoloso generalizzare la censura; in quel caso, sì, entriamo nel regime totalitario.

Ci inquietano il capitalismo della sorveglianza, per dirla con la studiosa di tecnologie Shoshana Zuboff, il pressing persecutorio auspicato dai radicali, l'annuncio di nuove «policy».

da parte di Facebook per insaccare la rete dentro la camicia di forza del politically correct. E ci preoccupa il patto scellerato tra potere e piattaforme: indulgenza fiscale e legislativa in cambio di maggiore sorveglianza repressiva. La rete, con i suoi difetti e le intemperanze, è oggi l'unico luogo sovrano, oltre il voto, in cui i cittadini esercitano la libertà d'opinione e liberano i sentimenti. Chi addita i social come il nemico numero uno dell'umanità, la vede in realtà come la bestia nera del Potere e delle sue mafie ideologiche. Salvate i social dalla censura. Esterna e interna. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sempre connessi I ragazzi usano i social per comunicare: per questo non va dimenticata la loro funzione ludica.

L'AZIENDA

“Presto una rete fissa” Iliad punta sull'Italia ma non su Open Fiber

Parla l'ad Levi: crescere ancora nel mobile, specie con l'offerta prepagata
E in Francia il fondatore Niel sale al 72% con un'Opa parziale sulla società

L'acquisto da parte del principale socio con premio del 20% mette la ali al titolo

di Sara Bennewitz

MILANO – Iliad annuncia risultati trimestrali in crescita grazie alle buone performance di Francia e Italia - dove progetta di lanciarsi anche nella rete fissa - e il suo fondatore, Xavier Niel, stacca un assegno da 1,4 miliardi di euro per riacquistare due quinti del flottante in Borsa offrendo un premio del 20% sulla chiusura di lunedì sera. La notizia di risultati migliori (+8,4% i ricavi dei primi nove mesi 2019 a 3,94 miliardi), la promessa di maggiori dividendi (2,6 euro nel 2019, contro gli 0,9 euro del 2018), ma soprattutto l'iniezione di fiducia e di risorse di Niel, hanno fatto volare le azioni Iliad, in rialzo del 19,1% a 114 euro alla Borsa di Parigi.

Il fondatore e maggiore azionista di Iliad si appresta infatti ad aumentare la sua partecipazione dal 52 al 72% del capitale, lanciando un riacquisto di azioni proprie che altro non è che un'Opa parziale su due quinti del flottante; Opa finanziata da un aumento di capitale garantito dallo stesso imprenditore. Gli analisti fanno notare che nonostante il premio l'offerta arriva in un momento in cui il titolo - come tutto il settore tlc - si trova sotto pressione per i

grandi investimenti e la forte competizione. La mossa di Niel ricorda quella fatta da Vivendi, che la scorsa primavera ha promosso un maxi buyback sul 25% del capitale, ritenendo che le quotazioni di Borsa fossero ingenerose. Ma in quel caso il primo socio Vincent Bolloré era riuscito a blindare la sua quota in Vivendi usando la liquidità della società, mentre qui Niel ci mette soldi suoi.

In Italia, comunque, Iliad non smette di acquisire clienti (700 mila nuove sim solo la scorsa estate) arrivando a quota 4,5 milioni e quindi di fatto a metà strada rispetto al punto di pareggio, che il gruppo conta di raggiungere con una quota di mercato appena inferiore al 10%. «Siamo molto soddisfatti dei risultati raggiunti - spiega Benedetto Levi, ad di Iliad Italia - e siamo fiduciosi di riuscire a raggiungere i nostri obiettivi di medio termine», ossia di raggiungere bene il traguardo dei prossimi 5 anni, quando la società avrà realizzato il grosso della sua infrastruttura mobile. A fine settembre Iliad aveva attivato in Italia 3.100 siti dove sono installate le antenne della rete cellulare, per fine anno conta di arrivare a 3.500 e a fine 2024 porterà la sua rete a 10-12 mila siti. «Stiamo studiando il mercato del fisso che poi è nel dna di Iliad - precisa Levi - la nostra priorità è continuare a crescere sul mobile, con un'offerta prepagata semplice e senza costi nascosti, ma, a medio termine, lanceremo

una nostra offerta sul fisso. Anche in questo caso sarebbe un'offerta consumer, semplice e trasparente, non siamo interessati al segmento dell'Internet delle cose o a quello business per ora». Quello che invece al momento resta escluso è un investimento in Open Fiber: dopo aver speso 1,2 miliardi per le licenze 5G, Iliad non ha intenzione di investire nello sviluppo di una rete proprietaria in fibra, nemmeno indirettamente in occasione di un possibile matrimonio tra la Flash Fiber di Telecom e la Open Fiber di Cdp-Enel. «Ci piace andare per gradi - precisa Levi - abbiamo concentrato gli sforzi su un'offerta mobile libera e trasparente e solo sul segmento prepagato, abbiamo ampi spazi di crescita ancora su questo segmento, dove - anche grazie al passaparola - nel terzo trimestre siamo cresciuti del 137% rispetto allo stesso periodo 2018». Non a caso dopo aver aperto 14 negozi e 200 corner, Iliad vuole continuare a rafforzare la sua distribuzione commerciale nel centro Italia per allargare ancora la sua base clienti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I BILANCI DELLE TELCO

Iliad traina le tlc di tutta Europa

I ricavi salgono a 3,9 miliardi

Il titolo balza del 20%. Il giro d'affari organico di Vodafone sale dello 0,3% nei sei mesi

Giornata da incorniciare ieri per le tlc europee, che hanno chiuso con il segno più, trainate da una Iliad che a Parigi ha strappato un +20,2% chiudendo a 114,25 euro. Il titolo ha brillato nel giorno della presentazione dei conti in cui la compagnia telefonica francese ha comunicato di aver concluso i primi nove mesi dell'anno con ricavi per 3,94 miliardi in miglioramento dell'8,4% con 3,66 miliardi che arrivano dal mercato francese (+2,1%). Quelli italiani, dove la telco ha debuttato con le sue offerte a fine maggio del 2018, sono saliti del 420% a 286 milioni, sebbene in un contesto in cui la marginalità resta negativa, ancor più che nel 2018, complici gli investimenti nello sviluppo del business. Che nel nostro Paese, dati alla mano, hanno portato a 4,5 milioni di clienti. Il gruppo francese ha confermato i dividendi a 2,6 euro per azione. Agli atti anche un piano di buy back sulle proprie azioni del valore di 1,4 miliardi, finanziato con un aumento di capitale

garantito da Xavier Niel, socio di maggioranza e fondatore.

Per quanto riguarda Vodafone, il colosso britannico delle tlc è tornato a vedere la crescita di ricavi organici, saliti dello 0,3% nei sei mesi dell'esercizio fiscale chiusi al 30 settembre. Complessivamente il fatturato è cresciuto dello 0,4% a 21,9 miliardi di euro. L'ebitda organic adjusted è cresciuto dell'1,4%, grazie a 0,2 miliardi di euro di risparmi operativi in Europa. Per l'intero anno Vodafone ha aggiornato gli obiettivi migliorando le guidance: target dell'adjusted ebitda a 14,8-15 miliardi dai precedenti 13,8-14,2 miliardi. I primi sei mesi dell'anno fiscale 2020 si sono chiusi con una perdita di 1,9 miliardi, ma con il peso decisivo di una causa legale in India. Il titolo ieri è salito del 3,09% a 165,24 sterline. Confermata infine dal cda la tempistica per la towerco europea, operativa dal 2020. Vodafone Italia ha invece chiuso il semestre al 30 settembre 2019 con ricavi da servizi pari a 2.424 milioni di euro (-3,5%). I ricavi da servizi di rete fissa sono pari a 585 milioni di euro (+9,2%).

—A. Bio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



TELECOMUNICAZIONI

Vodafone Italia salgono i clienti in banda larga

Il numero

2,4

Ricavi
È il risultato in miliardi di euro di Vodafone Italia come ricavi da servizi. I clienti della banda larga sono 2,8 milioni, quelli della fibra sono 1,8 milioni

Aldo Bisio



Ad di Vodafone Italia da inizio 2014. Da luglio 2015, è entrato nel Comitato Esecutivo del gruppo

ROMA – In Italia, Vodafone si toglie qualche soddisfazione grazie ai clienti della rete fissa e, in particolare, della banda larga per navigare in Internet. L'azienda sottolinea che – nel semestre contabile chiuso al 30 settembre 2019 – i clienti della rete fissa superano ormai i 3 milioni. Di questi, oltre 2,8 milioni sono abbonati alla sua banda larga. Parliamo di 218 mila clienti in più rispetto ai primi sei mesi dell'anno scorso. Il dato è in crescita dell'8,3%.

Questo risultato della rete fissa è una benedizione, visto che la telefonia mobile non brilla a causa della guerra delle tariffe in atto tra i diversi operatori. I prezzi della francese Iliad, ancora aggressivi, continuano a scompaginare dunque i piani delle società dei cellulari. Alla fine dei giochi, Vodafone Italia chiude il semestre «con ricavi da servizi a 2.424 milioni di euro in calo del 3,5 per cento» rispetto al precedente dato del 2018.

Vodafone – parliamo stavolta del gruppo britannico su scala mondiale – beneficia della camp-

agna espansiva che ha condotto in terra tedesca. Nel 2018, Vodafone ha acquisito – dal gruppo americano Liberty Global – il secondo operatore via cavo della Germania (Unitymedia) e le sue attività in Repubblica Ceca, Ungheria e Romania. Prezzo 18,4 miliardi di euro. Quella operazione fa bene adesso ai ricavi del gruppo che, complessivamente, crescono dello 0,4% a 21,9 miliardi di euro. Un dato che piace alla Borsa di Londra, dove il titolo segna ieri un +3,09%.

Il debito netto resta significativo. Al 30 settembre si attesta sui 48,1 miliardi (contro i 27 miliardi di marzo 2019), appesantito anche dalle spese per le frequenze del 5G in Germania. Per alleggerire il debito tornerà utile il lancio – confermato per il 2020 – della più grande società europea delle torri, forte di 61.700 impianti. La quotazione in Borsa di questa società, in alternativa la vendita di una quota di minoranza, servirà proprio a ridimensionare il debito.

– **a.fon.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il pressing del Ceo Thomas Miao sull'Italia: le regole devono valere per tutti i produttori

Huawei, un bollino per tutta la Ue

“Così garantiamo la sicurezza al 5G”

IL CASO

BRUNO RUFFILLI
MILANO

Un bollino per le apparecchiature 5G che funzioni come il marchio CE: valido a livello comunitario e riconosciuto da ogni Paese della comunità. Questa è la proposta di Thomas Miao, Ceo di Huawei Technologies Italia. «La sicurezza informatica nazionale è fondamentale oggi e lo sarà ancor più in futuro, quindi capisco le preoccupazioni dei vari Paesi. Ma il Golden Power italiano così com'è ci discrimina», dice a La Stampa. Il dispositivo consente al Governo di porre il veto a contratti relativi a progettazione, realizzazione, manutenzione e gestione delle reti se coinvolgono soggetti esterni all'Ue.

Dunque, se parliamo di 5G, non Nokia e neppure Ericsson, ma Huawei e Zte. «Il quadro normativo deve essere chiaro e condiviso. Si potrebbe partire dall'esperienza della Germania, che recentemente ha definito regole chiare e uguali per tutti i fornitori di tecnologia. O dal Regno Unito, dove il NCSC (National Cyber Security Centre) ha chiesto di modificare alcune parti del codice, anche se non ci sono problemi di sicurezza. E abbiamo investito per migliorare il software». Il problema non è italiano ma globale: «I nostri fornitori

si trovano in tutto il mondo, così come quelli dei concorrenti e nessun mercato è vasto come quello delle comunicazioni, però noi siamo in una posizione di svantaggio perché la nostra sede è a Shenzhen», osserva Miao.

Il Golden Power non è un danno solo per l'azienda cinese: l'incertezza sul futuro potrebbe finire per impoverire l'economia italiana. Secondo uno studio EY, infatti, la disponibilità di reti e servizi di prossima generazione nel nostro Paese nel periodo 2020-2035 potrebbe valere circa lo 0,3% del PIL, ossia tra 5 e 6 milioni di euro l'anno.

Per gli operatori, secondo una stima recentissima di Ericsson, il 5G potrebbe aprire da qui al 2030 un mercato da 700 miliardi di dollari, soprattutto in settori come salute, industria, auto ed energia. «Quando abbiamo iniziato, nel 2016, l'Italia era in prima fila nel 5G, ora altri Paesi ci hanno superato. Per gli operatori l'obbligo di notifica al Governo rallenta le operazioni e rende più difficile attuare strategie a lungo termine». Indirettamente è anche una questione economica: le pratiche burocratiche necessarie richiedono tempo e denaro, quindi scegliere un'azienda cinese significa spendere di più. Così per Huawei la soluzione va cercata nell'Europa, e il Commissario agli Affari Economici e Monetari Gentiloni potrebbe avere un ruolo determinante: «In primis serve un

approccio unificato e coordinato tra i vari Paesi, è poi necessario che copra tutti gli aspetti del 5G, e infine che definisca una serie di strumenti tecnici per valutare apparecchi e software». Tutto nel rispetto della concorrenza: per Miao non ci saranno costi aggiuntivi, e anzi il marchio comunitario sarà una garanzia di qualità anche su altri mercati, un po' come il GDPR è diventato lo standard di eccellenza per la privacy pure fuori dall'Europa.

Intanto, in un anno pieno di sfide per Huawei, l'azienda ha investito molto in Italia: a febbraio è nato l'Innovation Center milanese, cui è seguito un centro di design, poi la nuova sede romana. E ancora: l'annuncio di investimenti per 3,1 miliardi di euro nei prossimi tre anni, le borse di studio e un meeting per gli sviluppatori a Milano il prossimo 26 novembre. Ma Miao è molto fiero del tour dedicato alle smart cities: «Abbiamo raccolto intorno a noi oltre 2000 partner, stiamo creando un ecosistema per lavorare sulle città di domani. In fondo questo fa parte della tradizione italiana, che ha creato il modello urbano ideale combinando architettura e ingegneria». Poi replicato anche nel nuovo campus Huawei, a Songshan Lake, dove si vedono riproduzioni fedeli e un po' stranianti del centro storico di Verona e Bologna. La prossima sfida? «L'intelligenza artificiale». —

© BY NC ND AL CUNO DIRITTI RISERVATI



37 SPECIALISTI SONO GIÀ AL LAVORO

Cina, lanciato il 5G sta studiando il 6G

DI SIMONETTA SCARANE

La Cina ha appena avviato la commercializzazione del proprio 5G (tecnologia di telefonia mobile veloce per abilitare l'intelligenza artificiale, la blockchain e l'internet delle cose) e già fa capolino il 6G. Pechino ha fatto sapere di aver avviato la ricerca e lo sviluppo della tecnologia 6G, ancora più veloce, sotto il millisecondo. Per questo ha nominato un gruppo di 37 specialisti provenienti da università, istituzioni e imprese che dovranno porre le basi della prossima tecnologia 6G e testarne la fattibilità. In pratica, con il 5G è possibile scaricare un giga di dati al secondo, con il 6G si passerà al terabit al secondo (pari a mille gigabit al secondo) come velocità di trasmissione dei dati su una rete informatica (mille volte più di dati). Inoltre, il 6G potrà essere utilizzato anche per le comunicazioni nello spazio e più precisamente, per uniformare i modi di trasmissione tra i satelliti, le reti terrestri. E arrivare alla copertura degli oceani.



Ren Zengfei

L'avvio dello studio del 6G è la dimostrazione dell'ambizione della Repubblica popolare interessata a conquistare la leadership nelle tecnologie di punta per le tlc. In ballo, per chi arriva prima, ci sono la tecnologia e la standardizzazione. E chi ha i brevetti essenziali può pretendere le royalties e ha un migliore accesso al mercato. Comunque, la guerra commerciale fra Usa e Cina può cambiare il gioco: per il 6G il mondo delle tlc potrebbe arrivare ad avere due standard differenti: uno dominato dai cinesi e l'altro dagli americani. A meno che gli europei, con i coreani, non ne costituiscano un terzo, secondo quanto ha riportato *Le Figaro*.

In genere, ci vogliono dieci anni per arrivare a mettere a punto una nuova generazione di telefonia mobile. Dunque bisognerà aspettare il 2030 per i primi test. Già a settembre, **Ren Zengfei**, fondatore e ceo di Huawei aveva dichiarato che nei prossimi 3-5 anni il suo gruppo avrebbe lavorato sul 6G. Intanto, i gruppi di tlc europei non stanno a guardare: Ericsson e Nokia hanno firmato una partnership con l'operatore coreano SK Telecom (Skt) e Samsung sul 5G, che mira anche a porre le basi tecniche per il 6G.

—© Riproduzione riservata—



Tim-Open Fiber, ora spuntano due nuove società per la rete in fibra

►Tra le ipotesi quella di dividere gli asset tra le aree in perdita e quelle di mercato

RIASSETTI

ROMA Per facilitare la creazione di una rete unica fra Tim e Open Fiber, spunta l'ipotesi di separare in due newco distinte le attività nelle aree nere (cosiddette di mercato), da quelle bianche che stanno beneficiando di aiuti pubblici.

Sarebbe quindi questa, secondo quanto risulta a Il Messaggero, una delle ipotesi più concrete a cui stanno lavorando gli advisor Rothschild e Vitale per Tim, Jp Morgan e Unicredit per la Cdp e Mediobanca per Enel. Questo servirebbe a scongiurare i rischi Antitrust paventati da alcuni fondi internazionali dopo aver ricevuto l'info memo nelle scorse settimane.

Secondo lo schema, nella società delle aree nere confluirebbero le attività di Open Fiber nelle principali città italiane, Flash Fiber - joint venture fra Tim (80%) e Fastweb - per portare la fibra fino a casa, più le porzioni di rete Tim in fibra nelle zone in concorrenza con la stessa Open Fiber. Parallelamente, sarebbe costituita una entità per le aree bianche, dove la JV Enel-Cdp si è aggiudicata tutti i bandi pubblici di Infratel per la realizzazione della rete a banda ultralarga e dove Tim sta già fronteggiando un procedimento Antitrust. I fondi interessati potrebbero intervenire in entrambe le società, con quote che secondo gli info memo possono arrivare fi-

no al 50%: le offerte non vincolanti sono attese per il prossimo 19 novembre.

Indubbiamente, la cessione del controllo della rete da parte di Tim contribuirebbe anche ad archiviare il procedimento Antitrust in corso che, qualora arrivasse a sanzione, potrebbe avere un impatto sino a 600 milioni.

OPZIONE FINO AL 50%

Fra gli operatori contattati dagli advisor ci sono F2i, Ardian, Antin, Adia, Macquarie, Gic, Psp, Cppib e Cic. Un ruolo rilevante, nelle attese, potrebbe essere svolto da F2i, che rappresenterebbe una soluzione di sistema evidente: il fondo guidato da Renato Ravanelli potrebbe agire da solo o fare da capofila a un gruppo di investitori, magari gli stessi che sono da circa due anni suoi azionisti, ovvero Gic, il fondo sovrano di Singapore, e Psp, il fondo pensione dei dipendenti pubblici e delle forze dell'ordine canadesi.

Uno degli schemi predisposti dovrebbe prevedere che la cordata di fondi acquisti tutta Open Fiber per una valutazione complessiva di circa 4 miliardi.

Dal canto suo, Cassa Depositi e Prestiti potrebbe utilizzare parte del ricavato per acquistare direttamente azioni Tim, oltre che reinvestire nella "nuova" società della rete per arrivare a detenerne circa il 30%: viene infatti ricordato da alcu-

ni analisti che agli attuali corsi è più conveniente investire ai piani alti di Tim rispetto alla società della rete in quanto il valore della somma delle parti - Tim controlla la società delle torri Inwit che dovrebbe integrarsi con l'analogo business di Vodafone nonché Tim Brasile - sarebbe ampiamente inferiore a quanto oggi riconosciuto dal mercato. Cassa potrebbe dunque salire in Tim dal 9% a circa il 12%, anche in vista di una eventuale conversione delle azioni di risparmio che riporterebbe la quota all'8%.

Intanto ieri Tim ha varato una nuova riorganizzazione interna. Luigi Gubitosi ha nominato chief innovation & partnership office Elisabetta Romano, chief technology & information office è Michele Gamberini, chief operations office è Stefano Siragusa, mentre la funzione Wholesale Market va a Giovanni Moglia chief regulatory affairs officer, ridenominato chief regulatory affairs & wholesale market.

r. dim.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



CONFLITTO DI INTERESSI

Il giallo sul crollo del titolo valutato dall'avvocato Conte

di **Gian Maria De Francesco**

fila il finanziere Raffaele Mincione. Nel mirino ci sono le oscillazioni del titolo in Borsa tra il 14 e il 22 maggio 2018.

S'infittisce sempre più il mistero sul parere *pro veritate* fornito dall'avvocato Giuseppe Conte, poco prima di diventare premier su Retelit alla cordata che ha per capo-

a pagina 6

Il giallo del crollo Retelit dopo il parere legale dell'«avvocato» Conte

In quattro sedute nel maggio 2018 l'azione perse il 22%. In Borsa qualcuno forse sapeva

283

La capitalizzazione di Borsa di Retelit in milioni di euro, pressoché invariata rispetto a maggio 2019

14,37%

La quota di Retelit che fa capo a Bousval, società lussemburghese del ministero libico delle Poste

MODALITÀ «ANONIME»

Le vendite sarebbero state eseguite tramite broker via Internet meno tracciabili

IL CASO

di **Gian Maria De Francesco**

S'infittisce sempre più il mistero sul parere *pro veritate* fornito dall'avvocato Giuseppe Conte (poco prima di diventare premier) su Retelit alla cordata che ha per capofila il finanziere Raffaele Mincione. «Ho accettato l'incarico in un momento in cui io stesso non potevo immaginare che di lì a poco sarebbe nato un esecutivo da me presieduto, che poi sarebbe stato chiamato a decidere su Retelit», ha dichiarato

nell'informativa al Parlamento del 4 novembre scorso.

Il parere legale sul possibile esercizio del *golden power* del governo nei confronti della società titolare di una rete in fibra ottica e comproprietaria un cavo internazionale per le telecomunicazioni Europa-Asia porta, tuttavia, la data del 14 maggio 2018. Si tratta, come ricostruito da *Quarta Repubblica* di Nicola Porro su Rete 4, del giorno successivo all'incontro di Conte con Di Maio e Salvini, alla ricerca di un premier per il loro governo. Incontro che ebbe esito positivo, come la storia recente testimonia. Ebbene, quel parere legale sosteneva che gli azionisti di maggioranza relativa Bousval (società lussemburghese riferibile al ministero libico delle Poste) con il 14,37% e Axxion (riferibile al fondo tedesco attivista Svm) con il

9,99% avessero difettato nel comunicare il controllo di fatto su una società di interesse strategico come Retelit. La fazione opposta, capeggiata dalla Fiber 4.0 di Raffaele Mincione (13,75%) e dall'imprenditore Alberto Pretto (6,29%) avrebbe potuto dunque ambire a invalidare l'assemblea di aprile 2018 che nominò l'attuale cda. Anche perché il governo Conte (sebbene il premier si sia assentato durante la delibera per evitare conflitti di interessi) pose quel diritto di ve-



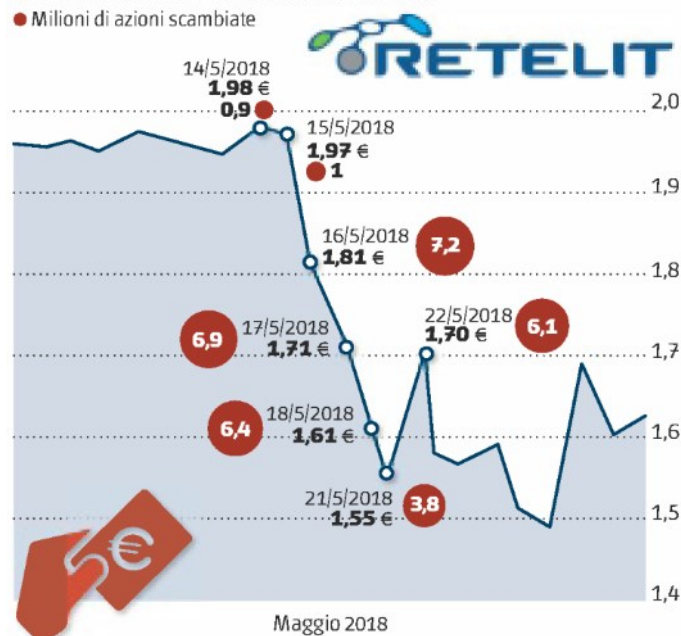
to in nome dell'interesse pubblico chiamato *golden power*.

Che cosa non torna, dunque? I corsi di Borsa tra il 14 e il 22 maggio 2018. Nel giorno di consegna del parere e in quello successivo il titolo Retelit non si muove molto e resta sempre attorno ai massimi del periodo 1,97 e 1,98 euro con scambi che si aggirano attorno al milione di azioni. Il 16 maggio qualcuno deve aver compreso che quel parere può cambiare le carte in tavola e partono sedute caratterizzate da pesanti vendite con conseguente crollo del prezzo sul mercato. Dal 16 maggio al 21 maggio 2018 Retelit perde il 21,3%, oltre un quinto del proprio valore con scambi che si aggirano attorno alle 7 milioni di azioni, sette volte la routine. Il 22 maggio un recupero del 9,67% con chiusura a 1,70 euro (lo stesso prezzo della chiusura di ieri) e 6,1 milioni di titoli passati di mano. Retelit in questo periodo non viene mai sospesa dagli scambi e il crollo non desta particolari sospetti. Anche perché, secondo quanto riferito da *Quarta Repubblica*, gli scambi sarebbero avvenuti tramite broker elettronici (meno tracciabili) e non attraverso le più trasparenti banche d'investimento.

«Eventi come questi rischiano di catapultare i mercati indietro di vent'anni», ha dichiarato Gianluca Ferrari, manager di Svm (che comunque ha presentato ricorso al Tar) e consigliere di Retelit. In ogni caso, la società tlc prosegue il proprio business e progetta di separare le attività in due subholding: la rete e il cavo da una parte e i servizi dall'altra. Se Conte avesse evitato di firmare il parere (per altro conseguendo un onorario modesto per un grande avvocato d'affari: 14mila euro), la situazione sarebbe più chiara.

IL SOSPETTO

La settimana «calda» di Retelit a Piazza Affari



L'EGO - HUB



IMBARAZZO Il presidente del Consiglio, Giuseppe Conte

Il gruppo Usa vuole lanciare l'offerta commerciale business in Uk e in futuro in Italia. Entro febbraio accordo con Open Fiber

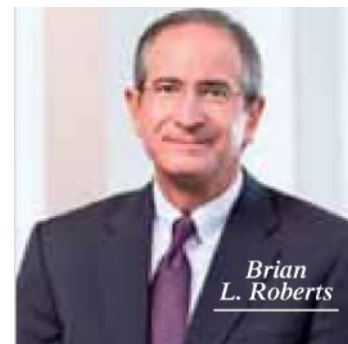
Comcast disegna un futuro da telco per Sky

DI ANDREA MONTANARI

Sempre più telco operator, sempre meno broadcaster. È questo il futuro che hanno disegnato i vertici di Comcast per Sky Plc, la pay tv satellitare di matrice anglosassone rilevata dal big americano per 30 miliardi di sterline. Una strategia che sta per essere implementata nel Regno Unito e non solo, visto che l'avvio dell'offerta di servizi telefonici riguarda anche l'Italia, il secondo mercato di riferimento, mentre per ora la Germania resta lontana da questo progetto. La necessità di cambiare pelle è emersa con sempre maggiore impellenza nei giorni scorsi. Perché, commentando i conti del terzo trimestre del più grande operatore via cavo degli Stati Uniti, nonché terzo fornitore di servizi telefonici domestici e uno dei player di riferimento del settore media-tv avendo in portafoglio, oltre a Sky anche NbcUniversal e il canale Cnbc, il ceo Brian L. Roberts e il group chief executive della stessa piattaforma satellitare hanno fatto sapere che presto «lanceremo anche un'offerta commerciale a banda larga nel Regno Unito». Un processo che rappresenterà «il primo ingresso significativo in questo segmento di business», hanno commentato con gli analisti. «Quindi ci allargheremo dal mercato residenziale nel Regno Unito al mercato dei servizi alle

imprese, e ovviamente cercheremo di replicare parte del successo che abbiamo visto negli Stati Uniti. E questo sarà un nuovo grande segmento di business». E se il mercato anglosassone è considerato l'apripista per l'Europa, i vertici di Comcast non trascurano certo l'Italia. Entro il primo bimestre del prossimo anno - in ritardo rispetto all'iniziale tabella di marcia che prevedeva il debutto in autunno - Sky Italia, guidata dal nuovo ad Maximo Ibarra, lancerà l'offerta sulla banda

larga con Open Fiber, limitata però inizialmente solo al perimetro residenziale. Anche se, come hanno sottolineato Roberts e Darroch, «ovviamente, nel tempo, quando ci stabiliremo in Italia, cercheremo di lanciarla anche su questo mercato», l'offerta business. Un modo per superare anche la crisi che sta colpendo il mercato pubblicitario a causa del calo degli investimenti - in Germania sono arrivati i primi segnali, l'Italia è in calo dal 2008 - ma anche per fattori esogeni quali, «l'impatto» legato al «cambiamento nella legislazione che ha comportato restrizioni pubblicitarie nel settore delle scommesse nel Regno Unito e in Italia» e che «non ha interessato la Germania». L'obiettivo comunque per Sky Italia è quello di diventare un operatore multipiattaforma grazie anche agli accordi definiti nel corso degli ultimi mesi con Dazn (per le partite della Serie A) e con Netflix. (riproduzione riservata)



Brian L. Roberts

