

## Rassegna del 14/03/2019

***			
Corriere della Sera	39	Sussurri & Grida - Sia, le carte rendono di più	1
Sole 24 Ore	13	Panorama - Anno record per Sia, ricavi saliti dell'8,4%	2
Messaggero	20	Sia, il fatturato corre e sfiora 615 milioni	3
Italia Oggi	30	Sia, boom di operazioni	4
Mf	7	Sia fa il record di fatturato e 80 milioni di profitti - Sia raggiunge il record dei ricavi	5
Sole 24 Ore nòva.tech	27	Fintech, i pagamenti digitali diventano conversazioni - I pagamenti digitali diventano conversazioni	6
Sole 24 Ore nòva.tech	27	Trasferimenti istantanei con la criptovaluta agganciata al dollaro	8
Corriere della Sera	37	Chi comunica meglio cresce (anche) di più Ecco le Pmi «eccellenti»	9
Sole 24 Ore nòva.tech	28	Oltrefrontiera - Una startup su due ancora non ha il sito web ma l'ecosistema cresce	10
Italia Oggi	17	Oggi allo Iulm l'osservatorio sulla SocialMediAbility delle aziende	11
Italia Oggi	18	Publicis Spine sbarca in Italia	12
Stampa	26	Apple scatena la guerra della tv via Internet - La guerra dello streaming Apple, Amazon e Disney contro Netflix	13
Stampa	20	Spotify denuncia Apple all'antitrust Ue Riesplode la guerra sulla musica on line	16
Italia Oggi	14	Amazon non ha pagato imposte	17
Italia Oggi	24	Chessidice in viale dell'editoria - Giglio Group cede a Vertice 360 le attività media (Icn 68 compreso)	18
Mf	19	Il caso - Più forte sul web cinese, Triboo balza	19
Gazzetta del Mezzogiorno	2	Sbarca anche Alibaba	20
Stampa	21	Tim, il cda si esprime su Conti Glass Lewis contro Vivendi	21
Sole 24 Ore	13	Spunta il nome di Falciai per la presidenza Tim	22
Repubblica	8	Mattarella sblocca la via della seta ma l'intesa sarà rivista e senza 5G	23
Repubblica	8	Retrosceca - Porti, ferrovie e reti digitali L'ira dell'America sui "tesori" italiani che la Cina vuole - Accordi operativi rinviati Per la firma di Xi resta solo la lettera di intenti	25
La Verita'	6	Con Renzi, Pechino è entrata in Cdp	27

## Sussurri & Grida

### Sia, le carte rendono di più

Forte aumento dei ricavi e della redditività di Sia, la società guidata da Nicola Cordone (foto), partecipata da Cdp e Poste attiva nei servizi Ict per il settore bancario e finanziario e nei sistemi di pagamento elettronici. Nel 2018 i ricavi sono saliti a 614,8 milioni +8,4%. Le carte di credito valgono il 63% dei ricavi, il segmento Payments il 19% e gli Institutional Services il 18%. Cresce l'ebitda (+12%) a 201,4 milioni. L'utile netto è 79,5 milioni, sostanzialmente in linea con il 2017. Proposta la distribuzione di 60 milioni di utili, pari a 0,35 euro ad azione. Gestiti 7,2 miliardi di operazioni con carte (+18,1% sul 2017), 14 miliardi di transazioni per i servizi istituzionali (+6,7%) e 3 miliardi di bonifici e incassi. Sono 84,2 milioni le carte gestite (+15,3%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**PANORAMA****SERVIZI TECNOLOGICI**

## Anno record per Sia, ricavi saliti dell'8,4%

Anno record per i conti di Sia, il gruppo di infrastrutture e servizi tecnologici per i sistemi di pagamento controllato Fsia Investimenti (Cdp e Poste Italiane). I ricavi sono saliti a 614,8 milioni (+8,4%), soprattutto grazie alla spinta dell'estero (+28% a 148,6 milioni). L'Ebitda di gruppo è cresciuto del 12% a 201,4 milioni, mentre l'utile netto è stato sostanzialmente stabile a 79,5 milioni di euro da 80,1 milioni. A fine 2018, la posizione finanziaria netta è salita a 723,9 milioni di euro dai 379,7 milioni di euro, per effetto della acquisizione delle attività di processing della monetica da First Data. Alla luce dei risultati conseguiti dalla capogruppo Sia Spa, che ha realizzato utili netti per 84,6 milioni (+33,4%), il Cda intende proporre all'assemblea degli azionisti, che si terrà in prima convocazione il prossimo 16 aprile, la distribuzione di un dividendo ordinario per l'esercizio 2018 pari a circa 60 milioni di euro corrispondenti a 0,35 euro per ciascuna delle 171.343.227 azioni. «Nel corso dell'anno, grazie a tutto il team della società, abbiamo consolidato la relazione con i nostri clienti, rafforzato il nostro posizionamento internazionale acquisendo la leadership nell'Europa centrale e sud-orientale e incrementando del 28% il fatturato estero. Il nostro obiettivo è quello di proseguire su questo percorso di eccellenza e innovazione», ha commentato l'ad Nicola Cordone, sottolineando che nel 2018 sono avvenute 220 assunzioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Nicola Cordone.**

Amministratore delegato del gruppo Sia dallo scorso novembre



## Carte e pagamenti

### Sia, il fatturato corre e sfiora 615 milioni

Sia chiude il 2018 con ricavi a 614,8 milioni di euro con una crescita di 47,6 milioni di euro (+8,4%) rispetto al 2017. Il segmento Cards costituisce il 63% dei ricavi, il segmento Payments il 19% e gli Institutional Services il 18%. Cresce anche l'Ebitda (+12%) a 201,4 milioni di euro. L'utile netto si attesta a 79,5 milioni di euro, in linea con il 2017 (80,1 milioni, -0,7%), tenuto conto dei minori benefici fiscali del "Patent Box". I ricavi della capogruppo segnano un +2,1% a 411,9 milioni, l'utile un +33,4% a 84,6 milioni di euro. Il dividendo è stato proposto a 0,35 euro per azione.



Nel 2018 sono salite a 7,2 miliardi (+18%) quelle gestite con carte

# Sia, boom di operazioni

## La pfn raddoppia con shopping da First Data

**S**ia ha archiviato il 2018 con un utile pre-tasse di 110,3 milioni di euro, in aumento del 10,2% rispetto all'anno precedente. Il risultato netto è invece rimasto stabile a 79,5 milioni, tenuto conto dei minori benefici fiscali derivanti dal Patent Box. I ricavi sono saliti dell'8,4% a 614,8 milioni. Il segmento cards ha rappresentato il 63% del totale, il settore payments il 19% e gli institutional services il 18%. A livello geografico l'Italia ha fatturato 466,5 milioni (+3,4%), mentre l'estero ha messo a segno un incremento del 27,9% a 148,3 mln.

A fine anno il gruppo aveva 3.465 dipendenti, compresi i circa 1.400 entrati a seguito dell'acquisizione delle attività di processing della monetica da First Data, con una crescita del 70%. L'ebitda ha raggiunto 201,4 milioni (+12%) e l'ebit è ammontato a 122,3 mln (+12,7%). La posizione finanziaria netta è quasi raddoppiata a 723,9 milioni dopo l'acquisizione. Gli investimenti sono diminuiti del 23% a 52,1 mln. Il cda proporrà un dividendo di 0,35 euro per azione.

Sono state gestite 7,2 miliardi di operazioni con carte (+18,1%), 14 miliardi di transa-

zioni per i servizi istituzionali (+6,7%) e 3 miliardi di operazioni di pagamento relative a bonifici e incassi (-2,4% a causa dei volumi più bassi relativi a pagamenti non Sepa e all'operatività di filiali di banche estere in Italia). Sui mercati finanziari il numero delle transazioni di trading e post trading è stato di 51,7 miliardi (-8%). Sia ha gestito un traffico di oltre 1.204 terabyte di dati, in aumento del 53,6%. Nel settore della monetica si è registrato un incremento del 18,1% delle transazioni di issuing e acquiring gestite a 7,2 miliardi. In crescita l'operatività con carte di credito (+16,4%) e prepagate (+10,1%) mentre sono scese dell'1,7% le operazioni di prelievo su Atm e di acquisto su Pos effettuate con carte di debito dei circuiti nazionali Bancomat e PagoBancomat. Sia ha gestito un portafoglio di 84,2 milioni di carte di pagamento (+15,3%) e di 1,1 milioni di esercenti (+19,8%).

«Il bilancio record del 2018 è il punto di partenza del nostro piano strategico 2019-2021, approvato a febbraio, per trasformare Sia nella leading Pan-European Payment & Tech company», ha affermato l'a.d. Nicola Cordone.

—© Riproduzione riservata—



Nicola Cordone



**PAGAMENTI****Sia fa il record di fatturato e 80 milioni di profitti***(Cervini a pagina 7)***UTILE NETTO A 79,5 MILIONI, IN LINEA CON IL 2017. MINORI BENEFICI FISCALI DAL PATENT BOX****Sia raggiunge il record dei ricavi***Il segmento cards rappresenta il 63% delle entrate, quello dei pagamenti il 19% e quello degli institutional services il 18%. In Italia giro d'affari a quota 466,5 milioni, in aumento del 3,4%***DI CLAUDIA CERVINI  
MF-DOWJONES**

**I**l gruppo Sia ha chiuso il 2018 con un risultato prima delle imposte pari a 110,3 milioni di euro, in aumento di 10,2 milioni di euro (+10,2%), mentre l'utile netto si attesta a 79,5 milioni, in linea con il 2017, tenuto conto dei minori benefici fiscali derivanti dal Patent Box. I ricavi, spiega una nota, nel periodo sono saliti a 614,8 milioni di euro con una crescita di 47,6 milioni di euro (+8,4%) rispetto al 2017. Il segmento cards costituisce il 63% dei ricavi, il segmento payments il 19% e gli institutional services il 18%. A livello geografico i ricavi in Italia sono pari a 466,5 milioni, in aumento di 15,2 milioni di euro (+3,4%), quelli dall'estero toccano i 148,3 milioni in progresso di 32,4 milioni (+27,9%).

I costi operativi ammontano a 414,7 milioni rispetto ai 390,2 milioni del 2017 (+6,3%), di cui 182,5 milioni riguardano il personale (+4,2% rispetto al precedente esercizio). A fine anno il gruppo Sia aveva 3.465 dipendenti -incluse le circa 1.400 risorse entrate a seguito dell'operazione di acquisizione delle attività di processing della monetica da First Data nell'Europa centro e sud-orientale- con un incremento del 70% circa rispetto al 2017. Nel 2018 sono state assunte 220 persone a livello di gruppo. In rialzo, nel 2018, il margine operativo lordo a 201,4 milioni con un incre-

mento di 21,6 milioni (+12%). L'ebit si attesta a 122,3 milioni (+12,7%). A fine 2018 la posizione finanziaria netta è lievitata a 723,9 milioni (+91%) per effetto dell'operazione straordinaria di acquisizione da First Data. Gli investimenti operativi sostenuti nel 2018 sono pari a 52,1 milioni (-23%). Il cda proporrà ai soci -prima convocazione il 16 aprile- un dividendo di 60 milioni (0,35 euro per azione).

Nel 2018 il gruppo Sia ha gestito 7,2 miliardi di operazioni con carte (+18,1% rispetto al 2017), 14 miliardi di transazioni per i servizi istituzionali (+6,7%) e 3 miliardi di operazioni di pagamento relative a bonifici e incassi (-2,4% per i più bassi volumi relativi a pagamenti non-Sepa e all'operatività di filiali di banche estere in Italia). Sui mercati finanziari il numero delle transazioni di trading e post-trading è stato di 51,7 miliardi (-8% legato a efficientamenti tecnologici delle logiche di mercato che hanno ridotto il numero totale degli ordini). Sia ha gestito un traffico di oltre 1.204 terabyte di dati, + 53,6% rispetto al 2017, sui 186.000 km della rete SIA-net. Nel settore della monetica aumento del 18,1% delle transazioni di issuing e acquiring gestite grazie all'acquisizione delle attività di processing da First Data nell'Europa centro e sud-orientale e all'incremento delle transazioni dei circuiti di debito internazionali Maestro e Visa Electron/Vpay (+24,7%). (riproduzione riservata)

*Nicola Cordone*

## Fintech, i pagamenti digitali diventano conversazioni

Pierangelo Soldavini — a pag. 27

**Fintech.** I sistemi innovativi, contactless e in mobilità, trainano la crescita: il valore si sposta sui dati connessi alla transazione

# I pagamenti digitali diventano conversazioni

**Mediante l'assistente virtuale o con la faccia, senza passare alla cassa: il pagamento è eseguito senza accorgersene**

Pierangelo Soldavini

**N**egli Stati Uniti con Google Express si possono ordinare prodotti da una cinquantina di negozi con un semplice comando a Google Home, mentre in Gran Bretagna Virgin Trains permette di acquistare biglietti tramite Echo. Gli assistenti vocali di Google e Amazon diventano così lo strumento per acquistare nella maniera più naturale possibile, la voce: a pagare ci pensa l'assistente in autonomia con la carta di credito associata. Intanto l'intelligenza artificiale associata all'Internet of Things avvicina il momento in cui il frigorifero farà la spesa non appena latte, insalata o uova finiscono. Senza tenere conto che la tecnologia trasforma rapidamente i sistemi di identificazione. Amazon Go si prepara a sbarcare a Londra con il supermercato dove si entra, si mette la spesa nel carrello e si esce senza passare dalla cassa: il cliente viene identificato via telefonino mentre i sensori registrano i prodotti acquistati e fanno il conto. La cinese Alipay ha lanciato con "Smile to Pay" il pagamento in negozio con riconoscimento facciale: basta metterci la faccia.

Sono alcune delle modalità più innovative, ormai a portata di mano,

che stanno trasformando l'atto conclusivo della transazione in un'azione semplice e naturale, quasi invisibile. Forse perché, in effetti, mettere mano al portafoglio non piace a nessuno. Ma soprattutto perché il digitale permette di trovare modalità sempre più innovative per rendere indolore il pagamento, senza però perdere tutte le informazioni e i dati che alla transazione sono agganciati. Anzi, trasformandoli nel vero valore che potrà sprigionare il pagamento, ormai destinato a diventare "commodity" poco remunerativa.

Anche in Italia i sistemi digitali innovativi fanno breccia. In un ecosistema di denaro sempre più digitale - i pagamenti tramite carta hanno raggiunto i 240 miliardi di euro (+9% annuo), il 37% del totale delle transazioni delle famiglie italiane - sono i pagamenti innovativi a registrare la crescita più elevata: +55% a 79 miliardi, stando ai numeri che l'Osservatorio Mobile Payment & Commerce del Politecnico di Milano presenta oggi. A fare da traino di questo segmento sono le carte *contactless*, con un miliardo di transazioni per un controvalore di 46 miliardi di euro, e i pagamenti in mobilità (*mobile proximity payment*), ancora con volumi bassi (530 milioni di euro), ma con una crescita esponenziale (+650%) che potrà permettere di raggiungere 5-10 miliardi di euro in un paio d'anni.

«Il pagamento diventa sempre più "invisibile" e la semplicità dell'interfaccia risulterà cruciale per determinare le abitudini dei consumatori. Attorno alla transazione la differenza la

faranno i servizi aggiuntivi, sempre più integrati nell'atto del pagamento», spiega Ivano Asaro, direttore dell'Osservatorio del Politecnico. Per esempio l'utente potrà contare sulla rendicontazione dei movimenti per periodi o tipologie di consumi per monitorare facilmente gli acquisti oppure decidere di accantonare alcune somme in un salvadanaio digitale. Ci sono già app che lo fanno, come altre che propongono rateazioni e finanziamenti al momento dell'acquisto oppure sconti e offerte personalizzate. «È ancora presto - aggiunge Asaro - per capire quali tipologie di servizi aggiuntivi potranno affermarsi nei *mobile wallet*. Gli attori dovranno ponderare bene le scelte tenendo conto anche della percezione che i consumatori hanno e trovando strategie per vincere la resistenza al cambiamento delle abitudini da parte degli utenti».

Tra piattaforme, device e processi, la tecnologia rivoluziona lo scenario competitivo: «Per le banche la sfida è quella di trasformarsi in piattaforme in grado di offrire al cliente i servizi, di pagamento e non, migliori disponibili sul mercato, facendo ricorso anche a collaborazioni con quegli attori ester-



ni che hanno altre competenze, in una logica di *coopetition*, di competizione e collaborazione, attraverso l'*open banking*», conclude Asaro. Sotto la spinta della Psd2, che obbliga le banche ad aprire i conti correnti a terze parti, il bouquet di offerte diventa per gli istituti tradizionali una modalità essenziale di fidelizzazione del cliente puntando poi sui servizi ad alto valore aggiunto. Lo strumento è l'*open Api*, il software che permette facilmente di dialogare tra sistemi diversi. La spagnola Bbva ha creato un Api Market aperto per poter offrire ai propri clienti servizi di terzi mentre Citibank aggrega diversi sistemi di pagamento sfruttando le Api delle nove più grandi banche Uk. Anche in Italia Tim ha potuto creare in maniera semplice il wallet Tim Pay con le Api fornite dalla piattaforma di Fabrick.

Perché lo scenario competitivo si allarga ai terzi, che si chiamano Apple, Samsung, Amazon, Facebook e Google, che hanno dalla loro una base enorme di utenti connessi in continuo di cui fanno preferenze e comportamenti. Ma anche startup specializzate in singoli servizi, in grado di ottimizzare la *user experience* e sfruttare il know-how tecnologico, molte delle quali hanno raggiunto valutazioni da "unicorno". La concorrenza-cooperazione diventa totale e senza più ruoli fissi. L'unica certezza è che chi rimane fermo è perduto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## COME PAGANO GLI ITALIANI

### Pagamenti per 654 miliardi €

I prodotti di consumo nel 2017 rappresentano il 54% del totale dei pagamenti e i servizi il 37%. Tasse, tributi e sanzioni sono il 9%

### Contante il più utilizzato

Il contante si conferma il mezzo di pagamento più diffuso con il 52% (337 miliardi €) e uno scontrino medio di 16 euro

### Un terzo con carte di credito

Le carte registrano un transato di 220 miliardi nel 2017 (saliti a 240 nel 2018), con uno scontrino medio di 60,5 euro

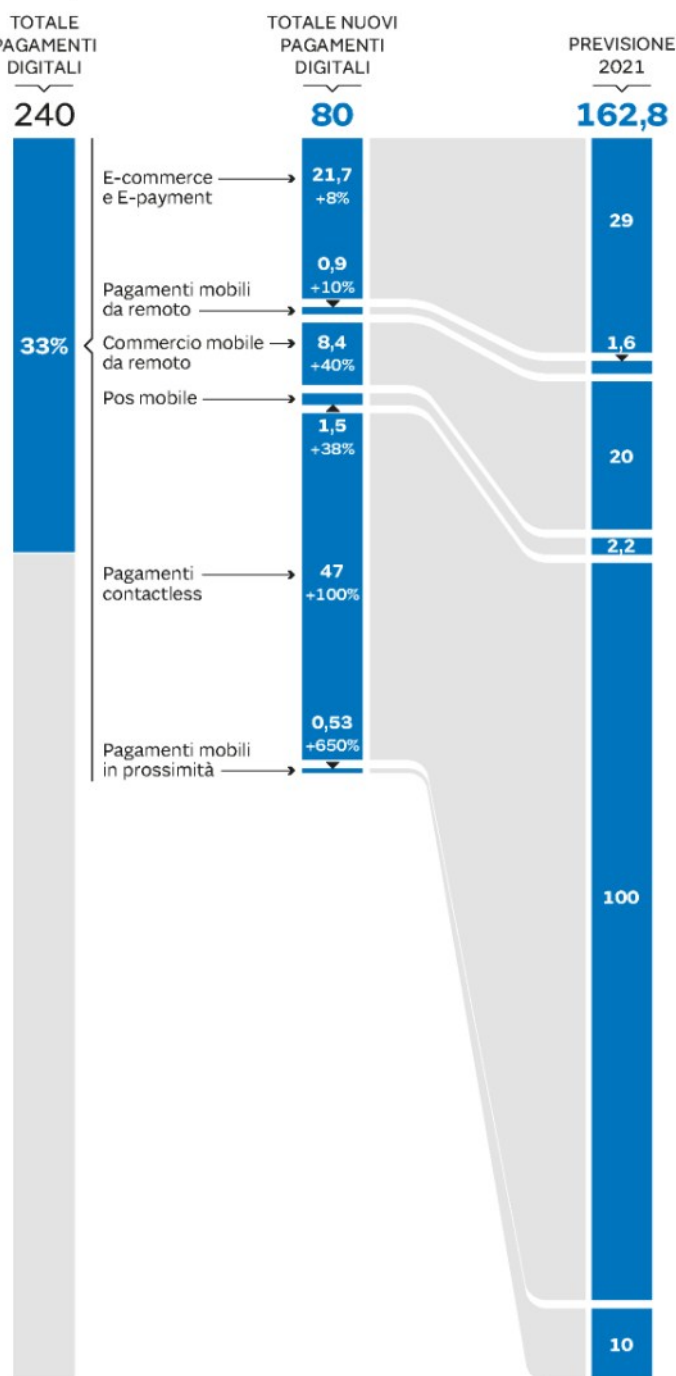
### Il resto si riduce

Il restante 15% dei pagamenti avviene con altri strumenti, come addebito in conto corrente, bonifico, assegno e buoni pasto per un totale di 97 miliardi

## L'innovazione guida il mercato

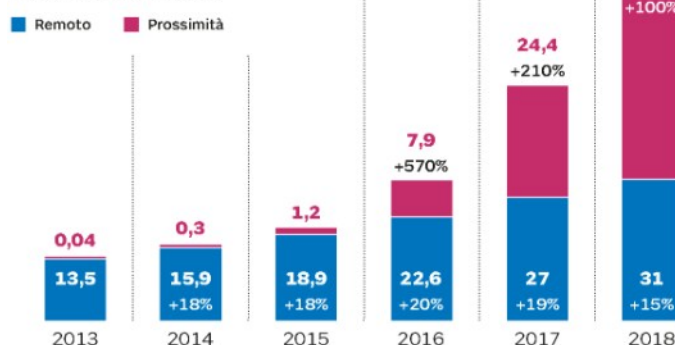
### IL BOOM DEI NUOVI PAGAMENTI

Dati 2018, in miliardi di euro



### TRA REMOTO E PROSSIMITÀ

Dati in miliardi di euro



Fonte: Osservatorio Mobile Payment & Commerce, Politecnico di Milano

## CONTAMINAZIONI

## STABLECOIN

## Trasferimenti istantanei con la criptovaluta agganciata al dollaro

Una cinquantina di ingegneri e informatici sta lavorando in gran segreto a Menlo Park, sotto la guida di David Marcus, l'ex presidente di PayPal, in un ufficio isolato, con un apposito badge, in modo che nessun altro dipendente possa sbirciare. La squadra è impegnata a mettere a punto il progetto che potrebbe essere il fulcro della nuova Facebook: una criptovaluta che permetterà agli utenti di WhatsApp - che di Facebook è una controllata, destinata a integrarsi nella piattaforma unica delineata da Mark Zuckerberg - di scambiarsi denaro in tempo reale con amici e familiari come ci si invia un messaggino. Jp Morgan ha annunciato un paio di settimane fa di avere in cantiere un piano per spostare su blockchain i pagamenti tra i propri clienti: è la prima banca di Wall Street a rompere il ghiaccio con un mondo guardato finora con grande diffidenza dalla grande finanza. Le cifre in gioco sono enormi. Jp Morgan da sola muove ogni giorno 6 mila miliardi di dollari nei movimenti *wholesale*, Facebook potrebbe anche ambire ad andare all'attacco del mercato globale delle rimesse *crossborder*, sui 500 miliardi di dollari l'anno.

I due colossi potrebbero riuscire laddove le startup di bitcoin hanno finora fallito: fare diventare *mainstream* l'universo alternativo delle criptovalute. E ci provano con lo stesso strumento, le *stablecoin*, valute digitali agganciate a un bene fisico, solitamente a una valuta *fiat*, che ne garantisca la stabilità: i vantaggi delle criptovalute senza l'altissima volatilità. Se Jpm Coin sarà legato alla parità con il dollaro, il FaceCoin, stando al *New York Times*, sarà agganciato a un basket di valute. «L'esperimento delle *stablecoin* offre la grande opportunità di superare una grossa barriera all'adozione delle criptovalute: eliminando la grande volatilità di questi strumenti si amplia l'utilizzo pubblico sfruttandone le potenzialità in termini di trasparenza e programmabilità, alla fin fine riscoprendo il vero valore della disintermediazione», spiega Francesco Bruschi, docente di Informatica del Politecnico di Milano.

«La *stablecoin* dimostra che la blockchain è adatta per far circolare effettivamente il denaro su internet, all'insegna della discontinuità con un sistema finanziario che mostra crepe evidenti e un deficit di fiducia: nasce un grande fermento per sfruttare le potenzialità di una tecnologia che offre un elevato grado di libertà», aggiunge Christian Miccoli, Ceo di Conio, startup attiva nelle criptovalute. Di fatto la criptovaluta che sfida l'altissima volatilità di bitcoin funziona come una sorta di cambiale, un "Iou" con cui un soggetto garantisce che restituirà a richiesta della controparte un dollaro in cambio del *token*. Ne esistono già diverse di valute di questo genere: la più famosa è Tether, garantita, in linea teorica, da riserve equivalenti in dollari, ma finita nella bufera per i sospetti di truffa. È chiaro che Jp Morgan o Facebook hanno un altro livello di affidabilità, ma in ogni caso si tratterebbe di *token* "privati", che ruotano di nuovo attorno a un attore centrale, rinnegando il principio di base del bitcoin.

Esistono invece sperimentazioni di *stablecoin* che riproducono appieno un sistema decentralizzato, come MakerDao, con uno schema complesso di due valute, il Dai, stabilizzato sulla base di un tasso d'interesse collegato a un altro token, il Maker. Di fatto l'esperimento si trasforma in «una simulazione per verificare su scala consistente e realistica l'efficacia di politiche economiche e monetarie», spiega Bruschi.

I potenziali campi di applicazione delle *stablecoin*? Potenzialmente infiniti. «I casi d'uso che stanno emergendo mostrano un chiaro vantaggio per l'emittente, quello di una raccolta supplementare a costo zero. Ma i benefici per il consumatore dipenderanno dall'implementazione: posso immaginare che nel prossimo futuro saranno emesse centinaia di *stablecoin*, con regole e finalità diverse, poi alla fine la selezione sarà sulla base delle funzionalità che emergeranno». E non è escluso che lo possa fare uno Stato, come la Svezia con il suo progetto di e-krona, oppure che nascano progetti simili al Jpm Coin all'interno del sistema bancario.

—P.Sol.

Una moneta digitale contro l'alta volatilità: è quella scelta da Facebook e Jp Morgan per entrare nel criptomondo



# Chi comunica meglio cresce (anche) di più Ecco le Pmi «eccellenti»

## Il premio

di **Francesca Gambarini**

Sul sito di Esi, azienda di prodotti fitoterapici e integratori, sono raccolti gli scatti social degli utenti più fedeli, che diventano i migliori ambasciatori di pappa reale o ginseng. Su quello di La Sportiva, azienda trentina che produce scarpette d'arrampicata e scarponi per l'alta montagna, la storia del marchio è narrata attraverso un video in inglese dal titolo (e dalle immagini) evocative: *Sounds of a brand*. Lo stesso linguaggio è scelto da un'altra azienda calzaturiera, questa volta del lusso: così i sandali e le décolleté di René Caovilla vengono disegnate e prendono vita tra le mani di artigiani espertissimi in un «mini film» sofisticato.

Sono alcuni esempi di come comunicano, attraverso il web e non solo, alcune delle trenta finaliste del premio «L'impresa è comunicazione» 2019, nato dalla collaborazione tra *L'Economia* del «Corriere della Sera» e l'Università Iulm di Milano, e che verrà assegnato domani durante l'evento «L'Italia genera futuro», che festeggia il secondo compleanno del settimanale. Sono state scelte tra aziende virtuose: appartengono infatti alle 500 Pmi che l'anno scorso sono rientrate tra i Champions de *L'Economia*, con un fatturato compreso tra i 20 e i 120 milioni di euro e la loro crescita, dal 2010 al 2016, è stata del 7% annuo.

«Per troppo tempo abbiamo considerato la comunicazione un optional se non ad-

dirittura un gadget — spiega Gianni Canova, rettore dell'ateneo milanese che sulle scienze della comunicazione da sempre focalizza la sua offerta formativa —. Ora finalmente stiamo capendo che non è così e che la comunicazione d'impresa è un elemento strategico nello sviluppo economico e sociale del Paese». Perché non si tratta solo di farsi conoscere o attrarre clienti: per le aziende, parlare di sé è un'occasione imperdibile. Nell'era che gli studiosi di brand e marketing chiamano «age of you», dove al centro non c'è più il prodotto ma l'essere umano, l'individuo prima che il consumatore, con i suoi valori, le sue idee e principi, la comunicazione non serve più solo a gestire e veicolare messaggi, ma aiuta le imprese a sviluppare una rete di relazioni nell'ecosistema in cui operano, per costruirsi una reputazione solida, positiva e chiara, su temi che stanno diventando centrali come la responsabilità sociale dell'imprenditore e la sostenibilità ambientale del modello di produzione. Solo così sale la fiducia. E si diventa più competitivi.

La vincitrice è stata scelta dopo tre fasi di valutazione: la prima, un'analisi della presenza digitale delle aziende sui social media, la seconda, uno studio della *corporate story* aziendale, più una terza affidata al giudizio di una giuria di esperti, presieduta dal direttore del «Corriere» Luciano Fontana e dal rettore Canova, e composta da giornalisti del quotidiano e professori dell'ateneo milanese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## 30

**Le finaliste del premio «L'impresa è comunicazione 2019».** La vincitrice sarà annunciata domani in Borsa a Milano



**Rettore**  
Gianni Canova, critico del cinema e rettore dell'Università Iulm di Milano



**OLTREFRONTIERA****REPORT STARTUPSEO****Una startup su due ancora non ha il sito web ma l'ecosistema cresce**

Poco meno di una startup su due, precisamente il 44%, ha un sito funzionante. Ed è andata anche benino rispetto allo scorso anno quando la percentuale era superiore al 50 per cento. È quanto emerge dalla Terza edizione del Report StartupSEO realizzato da Instilla, digital agency specializzata in conversion marketing. Il report presentato oggi in occasione della Milano Digital Week. «Nonostante siamo ancora indietro sul tasso di digitalizzazione, la collaborazione con i facilitatori agevola in maniera evidente le performance digitali», ha commentato Francesco Inguscio, Ceo dell'incubatore Nuvolab. L'analisi evidenzia infatti che le startup supportate da facilitatori come incubatori, acceleratori e investitori, sono più attente alla digitalizzazione e la considerano fattore di competitività; infatti in questo caso la percentuale delle startup che non hanno un sito funzionante scende al 15%.

**—L.Tre.**

## Oggi allo Iulm l'osservatorio sulla SocialMediAbility delle aziende

Torna per il quinto anno l'appuntamento all'Università Iulm di Milano con la presentazione dei risultati della ricerca-osservatorio «La SocialMediAbility delle Aziende Italiane», in occasione della Milano Digital Week. L'indagine risponde dal 2010 all'obiettivo di mappare nel tempo l'uso che le aziende del Paese fanno dei social media per attività di marketing e comunicazione.

Anche per il 2018, l'Osservatorio Social Media dell'Università Iulm ha monitorato un panel di 720 aziende italiane appartenenti ai 5 settori di attività presi in esame sin dalla prima edizione: alimentare, bancario, arredamento, hospitality, abbigliamento. Ad essi è stato aggiunto, novità di quest'anno, un campione di 120 aziende che operano nel settore della cura per la persona.

Caratteristica unica dell'osservatorio è quella di prendere in considerazione, per ogni settore analizzato, un campione casuale di aziende articolato per dimensioni (40 grandi, 40 medie e 40 piccole) e in grado di rappresentare effettivamente lo stato dell'arte del sistema senza limitarsi a raccontare, come quasi sempre avviene, le ottime performance delle (solite) grandi aziende. Dall'estratto della ricerca risulta che la percentuale delle aziende che utilizza almeno un social media per attività di comunicazione e marketing passa dal 73% del 2015 all'80% del 2018. Facebook si conferma il canale social più utilizzato, attivato dall'81% delle aziende. Ma il social che rivela il maggior tasso di crescita è Instagram, presidiato dal 55%

delle aziende con almeno un social media. Il terzo canale più utilizzato (51%) è Youtube: i video che risultano essere in grado di ottenere più reazioni da parte degli utenti sono quelli empatici, in grado di trasmettere esperienze, emozioni, valori.

I dati presentati offriranno ai marketer, ai dirigenti aziendali e agli operatori gli scenari di riferimento relativi ai diversi settori di attività analizzati e un modello di analisi replicabile sulla cui base parametrare le performance della propria azienda.

La presentazione della ricerca sarà seguita da una tavola rotonda a cui parteciperanno alcuni professionisti del settore. Il dibattito si focalizzerà sul tema dell'utilizzo dei contenuti visivi (fotografie e video), veri dominatori della comunicazione sui social media che, nel loro susseguirsi, danno vita ad un intreccio di storie personali e aziendali destinate a creare la trama di un nuovo tessuto comunicativo e sociale.

L'evento si svolgerà dalle 14 in poi, presso l'Aula dei 146 e proseguirà nel pomeriggio con Iulm Digital Marketing All Star 2019, un format nuovo organizzato dal Master in Social Media Marketing dedicato a tutti coloro che si occupano o sono interessati al tema del marketing digitale. Un workshop di alto valore dove sarà possibile porre domande e interagire con i maggiori esperti del settore.

Chiuderà la giornata la cerimonia di consegna dei diplomi agli studenti della X edizione del Master in Social Media Marketing.

— © Riproduzione riservata — ■



*Il gruppo della comunicazione lancia la nuova divisione per la gestione dei dati sui consumatori*

# Publicis Spine sbarca in Italia

## Alla guida c'è Fattore. Spazio all'intelligenza artificiale

DI MARCO LIVI

**P**ublicis Groupe lancia in Italia Publicis Spine, la nuova divisione del gruppo dedicata alla gestione dei dati e della tecnologia, che sarà guidata da **Alessio Fattore**. Obiettivo di Publicis Spine è accompagnare la trasformazione dei modelli di business passando da un modello di agenzia basato sul servizio a uno basato sul prodotto capace di sviluppare soluzioni flessibili e facilmente attivabili dai clienti.

La nuova divisione si occupa dell'interpretazione e dell'organizzazione dei dati sul consumatore seguendo la logica della semplificazione attraverso l'utilizzo di diverse tecniche, dalla ricerca sul campo al modeling, dallo sviluppo di applicazioni alla data visualization, dall'ascolto della rete all'interpretazione automatica mediante la combinazione di machine learning e intelligenza artificiale.

Fattore ha maturato una lunga esperienza in Starcom nel ruolo prima di research & development director e poi di direttore strategico. Successivamente, dalla nascita di Publicis Media Italy nel

2016, ricopre il ruolo di lead della practice Data Sciences. Il team italiano, che lavorerà con Fattore, conta più di 40 persone provenienti dai diversi brand del colosso della comunicazione e dal team Publicis PeopleCloud.

«Il potenziale derivante dall'uso e dall'attivazione dei dati è ancora per la maggior parte inespresso, e richiede una profonda trasformazione nel nostro modo di lavorare, nel modo in cui collaboriamo con i nostri partner, e nel modo in cui dialoghiamo con i consumatori. Il lancio di Publicis Spine è un passo fondamentale nell'accelerare questa trasformazione», ha dichiarato Fattore, chief data officer di Publicis Groupe Italy.

Secondo **Vittorio Bonori**, ceo di Publicis Groupe Italy, «in un mercato sempre più complesso, la nascita di Publicis Spine rappresenta una crescita strutturale molto importante per i nostri clienti. L'applicazione del dato, attraverso l'attivazione di tecniche di machine learning e di intelligenza artificiale, ci permette di avere una maggiore comprensione del consumatore e della sua customer experience».

—© Riproduzione riservata—



Alessio Fattore



## Streaming Apple scatena la guerra della tv via Internet

NEGRI, OLIVO E TAMBURRINO — PP. 26-27

IL 25 MARZO L'AZIENDA DELLA MELA LANCIERÀ LA SUA PIATTAFORMA E SCATENERÀ LA BATTAGLIA PER LA CONQUISTA DELLA NUOVA TV

# La guerra dello streaming

## Apple, Amazon e Disney contro Netflix

**In Italia viaggiano già sul web Sky, Rai e Discovery, Tim Vision prova a dire la sua**

PIERO NEGRI

L'invito è nero, lucido, con la silhouette della mela morsicata e le parole: «It's show time». È l'ora dello spettacolo: scocca il 25 marzo alle 10 del mattino, ora locale di Cupertino, California. Non sta scritto, né sull'invito né altrove, ma tutti sanno (o immaginano) che lì, in quel giorno e quell'ora la Apple annuncerà il lancio della sua piattaforma di streaming, la sua Netflix, la «tv» che viaggia su Internet e che ciascuno può vedere quando vuole - in abbonamento - su smartphone, tablet, computer e televisori collegati alla Rete. Sarà quello il preciso momento in cui si scatenerà la guerra tra giganti dell'intrattenimento che cambierà definitivamente il modo in cui useremo i piccoli e grandi schermi.

### Tutto l'archivio online

Bob Iger, il grande capo Disney impegnato in questi mesi a digerire il boccone da 66 miliardi 20th Century Fox, ha svelato tre giorni fa che Disney+, il servizio di streaming che lancerà negli Usa entro l'anno, «ospiterà l'intero archivio dei nostri film» dagli Anni 20 a oggi, e naturalmente le produzioni future. Quale famiglia al mondo potrà resistere a una piattaforma che permette di vedere (e rivedere, come piace ai bambini) *Dumbo*, *Il re leone*, *Frozen*, *Biancaneve* e *La sirenetta* ogni volta che lo si desidera sullo schermo di casa?

Intanto Amazon, il colosso del commercio online, più grande *Internet company* al mondo, punta forte sulla sua divisione di intrattenimento in streaming, Amazon Prime Video. Al recente festival Sundance, specializzato in cinema e documentari di qualità, ha speso 41 milioni di dollari, più di ogni altro distributore, per acquisire film, soprattutto commedie adatte a un pubblico femminile. L'azienda fondata da Jeff Bezos, l'uomo più ricco del mondo, ha ingaggiato diverse star (Julia Roberts, Jon Hamm, Orlando Bloom) e molto si attende da *Good Omens*, mini-serie coprodotta con la Bbc in arrivo a fine maggio. Ora porterà la sfida anche sul terreno della tv più tradizionale (*unscripted* in televisonese), storie vere, talk show e intrattenimento non sceneggiato.

### 140 milioni di abbonati

Se a questi big aggiungiamo il gruppo Warner, che ha annunciato una discesa in campo prima della fine del 2019, e Netflix, che con i suoi 140 milioni di abbonati guida la graduatoria di un mercato globale che ha sostanzialmente inventato, abbiamo un quadro abbastanza completo dei partecipanti alla guerra. Netflix, tra l'altro, non si ferma mai: stringe accordi in giro per il mondo, lavora molto sull'animazione (domani esce *Love Death & Robots*, diretta da David Fincher, il regista di *Fight Club*), ha già un cavallo di razza pronto per la corsa al prossimo Oscar, *The Irishman*, regia di Martin Scorsese, con Robert DeNiro e Al Pacino, costato 200 milioni di dollari, che in autunno uscirà anche in sala e questa volta in maniera

massiccia, non in pochi «selezionati» cinema come *Roma*.

E l'Italia? Siamo troppo piccoli per avere un ruolo nella tv via web? Da noi oggi si vedono Netflix, Amazon e forse presto anche Apple, che sfrutterà il suo vantaggio competitivo più evidente, il miliardo e 300 milioni di dispositivi con il marchio della mela in funzione nel mondo.

Poi c'è Now Tv, il braccio via streaming di Sky, che offre anche il calcio, interessante perché indica una delle possibili strade future per i canali che Rupert Murdoch ha venduto a Comcast; c'è DPlay di Discovery; RaiPlay della Rai, che vanta già buoni numeri, anche in occasioni apparentemente vintage come il Festival di Sanremo. Tim Vision, che offre serie premiatissime come *Il racconto dell'ancella* e *Killing Eve*, produce *Skam Italia* che è un piccolo fenomeno. E ci sono Chili e Rakuten, di cui parliamo in queste pagine, che propongono un modello diverso, senza abbonamenti, un sistema paga-ciò-che-vedi dai possibili interessanti sviluppi.

Un'altra domanda si impone: c'è spazio per tutti, o nel mondo ne resterà solo uno, come nel film *Highlander*? La storia insegna che il flusso di informazioni del web finisce per portare al monopolio: c'è un solo motore di ricerca, una sola enciclopedia online, un solo sito per vedere i



video. E chi può essere interessato a pagare quattro o cinque abbonamenti per vedere i film, le serie e gli show che ama?

L'unica certezza è che il panorama è in movimento. Tra un paio d'anni i nomi citati in questo articolo potrebbero essere cambiati, o non esistere del tutto, o essersi aggregati. Ma non si tornerà indietro, la nuova televisione - quella che permette a tutti di costruire e smontare il proprio palinsesto casalingo con un clic - entrerà nelle nostre vite e le cambierà più di quanto abbia fatto finora. —

Ha collaborato Gianmaria Tammaro

© BY NC ND ALLIUNI DIRITTI RISERVATI



1. "Il nome della rosa" su RaiPlay: si può seguire in italiano, in inglese o con l'audiodescrizione, è la prima volta per un programma Rai;  
2. "Skam Italia" (Tim Vision);  
3. Michael Keaton, Danny DeVito, Colin Farrell, Nico Parker, Eva Green, e Finley Hobbins alla premiere di "Dumbo" (Disney);  
4. Robert DeNiro e Al Pacino in "The Irishman" (Netflix);  
5. Il lancio di "Good Omens", prodotto di punta di Amazon





AFP



AFP

# Spotify denuncia Apple all'antitrust Ue Riesplode la guerra sulla musica on line

**BRUNO RUFFILLI**

«Apple ha introdotto nell'App Store delle regole che limitano la scelta e soffocano l'innovazione a scapito dell'esperienza dell'utente, agendo sia da parte in campo che da giudice per svantaggiare deliberatamente altri sviluppatori di app. Chiediamo alla Ue di intervenire per garantire una concorrenza leale». Così scrive il Ceo di Spotify Daniel Ek annunciando una denuncia contro Apple alla Commissione europea per abuso di posizione dominante.

È una guerra tra due servizi di streaming musicale online: da una parte Spotify, lanciato nel 2008 in Svezia, e oggi a 207 milioni di utenti, di cui 96 milioni a pagamento, dall'altra Apple Music, nato nel 2015 e già a 50 milioni di abbonati paganti. Ma Apple è anche proprietaria della piattaforma iOS e dell'App Store e allo stesso tempo, con Apple Music, è concorrente di servizi come Spotify. Per il Ceo di Spotify, Cupertino sfrutterebbe questo duplice ruolo a suo vantaggio, imponendo una tassa del 30% sugli acquisti effettuati attraverso il

suo sistema di pagamento, creando uno handicap per la concorrenza. L'alternativa - adottata da Amazon per i libri Kindle, da Netflix e altri servizi - è gestire i pagamenti fuori dalla piattaforma Apple, un sistema più scomodo per gli utenti.

Un caso analogo si è registrato con *Fortnite*, il gioco più popolare del momento, ma stavolta sotto accusa è Google, che su Android applica regole molto simili a quelle di Apple. Nel 2017 a Mountain View è arrivata una multa di 2,4 miliardi di euro dalla Ue per la piattaforma di shopping online, e nel 2018 un'altra di 4,3 miliardi di euro per aver ostacolato la libera concorrenza. Così l'accusa di Ek non è solo contro Apple Music, ma contro un sistema che non garantirebbe la concorrenza leale e favorirebbe i giganti della tecnologia. Una denuncia che pare ricalcare quella della senatrice americana Elizabeth Warren, candidata alle prossime presidenziali Usa, secondo cui le grandi aziende hi-tech andrebbero scorporate per favorire la competizione. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



*E il suo boss, Bezos, è il più ricco del mondo con 123 mld di €. Patrimonio quadruplicato in 5 anni*

# Amazon non ha pagato imposte

## I democratici di sinistra degli Usa ce l'hanno nel mirino

DI SIMONETTA SCARANE

**N**on ha pagato imposte al fisco Usa nel 2018 Amazon, la società di **Jeff Bezos**, l'uomo più ricco del mondo con una fortuna stimata in 138 miliardi di dollari (123 miliardi di euro), quadruplicata in cinque anni. Da qualche tempo la sua Amazon è finita nel mirino dei democratici di sinistra americani che hanno lanciato un'offensiva contro i giganti del web, i cosiddetti Gafa (Google, Amazon, Facebook, Apple) per la loro posizione dominante sul mercato. Facebook e Google sono accusati di avere le mani sul 70% del traffico Internet. Il gruppo di Jeff Bezos è accusato dai dem Usa di conflitto di interessi perché, dicono, vende i propri prodotti facendo della propria piattaforma un passaggio obbligato per il commercio online. La battaglia contro i colossi della tecnologia è una bandiera in vista delle elezioni presidenziali di novembre 2020, secondo quanto ha riportato

**Già a gennaio, la senatrice** del Massachusetts, **Elizabeth Warren**, 69 anni, ex docente ad Harvard, candidata all'investitura dei democratici, ha attaccato i giganti della Silicon Valley lanciando l'iniziativa anti-tech con la proposta di creare una imposta americana sulla ricchezza. In dettaglio: il 2% sui patrimoni superiori a 50 milioni di dollari (44,2 milioni di euro) e il 3% su quelli superiori al miliardo (884 milioni di euro). Questa imposta permetterebbe

di tassare le plusvalenze nascoste dei miliardari, secondo quanto ha riportato *Le Monde*. Il fisco tasserà tutti i beni degli americani, compresi i loro yachts ai Caraibi, ha specificato Warren.

**È tempo di smantellare i giganti americani della tecnologia**, secondo la senatrice Warren che per questo fa riferimento a quanto sosteneva il presidente Theodore Roosevelt (1901-1909) che si impegnò a rompere l'impero del petrolio di John Rockefeller. L'America ha una lunga tradizione di smantellamento di gruppi quando essi diventano troppo dominanti. «Il nostro paese ha bisogno di un'applicazione più forte delle regole antitrust e noi ne abbiamo bisogno adesso» ha scritto Warren su Twitter, pensando anche alle banche e ai gruppi farmaceutici.

Alcuni economisti come Thomas Philippon, docente alla New York University, hanno mostrato che la concentrazione troppo forte di attori economici americani favorisce la rendita, mantiene i prezzi troppo elevati, impedisce ai dipendenti di competere facendo emergere i talenti e frena l'innovazione, secondo quanto ha riportato *Le Monde*.

**Elizabeth Warren vuole impegnare le istituzioni** per una legge che instaura il principio di separare i servizi di pubblica utilità forniti dai colossi della Rete dal resto delle loro attività aziendali. E che impedisce alle imprese

con oltre 25 miliardi di fatturato globale il diritto di vendere i propri prodotti sulla loro stessa piattaforma per evitare conflitti di interesse. Inoltre, la senatrice democratica Warren vorrebbe cancellare certe fusioni e acquisizioni nocive, a suo giudizio, alla concorrenza, come quella conclusa tra Amazon e la catena di distribuzione alimentare bio Whole Foods, o ancora Facebook che ha acquisito WhatsApp e Instagram.

**I precedenti tentativi di smantellare i giganti della tecnologia** risalgono agli anni Novanta, quando Microsoft era stata accusata di posizione dominante sul mercato dei Pc e dei navigatori. Nel 1998 il democratico **Bill Clinton** era intervenuto a favore dell'impresa e incoraggiato il lasciar fare nel settore. Del resto, i colossi della Silicon Valley sono stati tra i principali sostenitori finanziari dei democratici americani. Ma, con l'elezione di **Donald Trump** alla Casa Bianca si è creato il freddo, dal momento che i democratici rimproverano alla Silicon Valley di aver causato la disfatta di Hillary Clinton lasciando che la disinformazione si propagasse sulla Rete, secondo quanto ha riportato *Le Figaro*.

**Negli Usa, i democratici non sono i soli a condurre** uno scontro frontale contro i Gafa. Anche i repubblicani hanno dichiarato l'intenzione di limitare l'influenza dei giganti della tecnologia diventati ormai potenti quasi come lo Stato.

© Riproduzione riservata



Jeff Bezos



**CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA**

**Giglio Group cede a Vertice 360 le attività media (len 68 compreso).** La piattaforma di e-commerce quotata sul mercato Star conferirà alla società spagnola quotata a Madrid e specializzata nel settore digitale, cinematografico, radiotelevisivo, gli asset del business dell'area media di Giglio Group, a fronte di un aumento di capitale riservato del valore nominale di 1.136.363,64 di euro. Nel perimetro dell'operazione ci sono le attività televisive di Giglio in Italia (per esempio il canale televisivo sul digitale terrestre len 68), il 100% dell'unità di business M3Satcom, operativa nel segmento delle trasmissioni satellitari con la gestione di due teleporti in Italia, la società Nautical Channel, controllata del Gruppo Giglio e titolare dell'omonimo canale tv, oltre a parte dei contenuti e dei diritti televisivi destinati alla Cina. Valore dell'operazione: 12,5 milioni di euro.



**IL CASO/2***di Valerio Testi***Più forte sul web cinese, Triboo balza**

► Balzo del 10,9% a 1,88 euro di Triboo, gruppo dell'e-commerce e dell'advertising digitale, che ha ottenuto da Tencent Holdings la certificazione per operare direttamente su WeChat. In tal modo è diventata l'unica realtà italiana a possedere tutte le certificazioni per operare sulle tre principali piattaforme digitali cinesi, avendo già ottenuto certificazioni da Alibaba e Baidu. Le aziende, spiegano a Triboo, specialmente quelle del settore della moda, guardano con crescente interesse al mercato cinese online, che con 800 milioni di utenti attivi rappresenta il 57% dell'intera popolazione del Paese. L'ecosistema digitale cinese è strutturalmente differente da quello occidentale ed è dominato da tre macro player, Baidu, Alibaba e Tencent, piattaforme digitali con proprie regole e best practice a cui è necessario allinearsi per poter essere posizionati nei mercati asiatici. Triboo ha due società del gruppo specializzate in China & Far East, East Media e Triboo Shanghai. (riproduzione riservata)



# Sbarca anche Alibaba

## Con la piattaforma «Aliexpress» scelto il Belpaese per lanciare la nuova fase del ramo e-commerce

● **PECHINO.** La Cina guarda all'Italia sempre con maggiore interesse. E mentre si discute l'adesione alla nuova via della Seta, il colosso dell'e-commerce Alibaba punta alla penisola e al suo sistema di pmi con AliExpress, la piattaforma retail che permette ai consumatori in tutto il mondo di acquistare per via diretta in Cina da produttori e distributori.

Sfruttando l'appeal del «made in Italy», lo scopo è quello di riprodurre un modello in scala che, per i prossimi 5-10 anni, faccia del Belpaese il principale punto di riferimento per la vendita in Italia, Europa e nel mondo. La fase di test ha visto la piattaforma dare risultati positivi.

Il lancio ufficiale è previsto a fine marzo, a ridosso della visita in Italia del presidente cinese Xi Jinping.

Wang Mingqiang, direttore generale di AliExpress, ha «avuto una grande impressione» del made in Italy, grazie alla miscela unica di diversità di aziende e prodotti, di tradizione e innovazione. Parlando recetemente Wang anticipò lo stupore provato nei viaggi italiani notando «la diversità di tipi di aziende, dalle botteghe familiari alle multinazionali». Ad esempio, un'azienda toscana di divani alla quarta generazione, forte di «una grande lavorazione fatta a mano, qualità del design e un prezzo ragionevole». Insomma, prodotti con caratteristiche tali da poter avere «successo in Italia, Europa e anche Cina».

Quale centro manifatturiero leader nell'Ue, dal tessile all'abbigliamento e ai mobili, l'Italia ha «il potenziale ideale» per affermarsi attraverso AliExpress, la piattaforma BtoC che opera in 220 Paesi.

Il «global diventa glocal», è la formula usata per riassumere la nuova strategia del gruppo Alibaba: con l'Italia il passaggio successivo è di creare un mercato di e-commerce locale capace di diventare globale. I tempi sono considerati maturi: nel 2018 ci sono stati 150 milioni di compratori, quando nel 2017 erano 100 milioni: un ritmo di crescita rapido che conta sul miglioramento dei servizi; sulla volontà di aiutare gli utenti a crescere; su intelligenza artificiale e algoritmi capaci di processare enormi dati.

Ambiziosi i target: centinaia di venditori e migliaia nel 2020. In tutto il mondo, le Pmi da associare sono un milioni, di cui 100.000 in Italia.



CON TIMVISION VUOLE CONTRASTARE LE MOSSE DI SKY

# Tim, il cda si esprime su Conti Glass Lewis contro Vivendi

FRANCESCO SPINI  
MILANO

Tanto per cambiare, si parla di governance, ossia di governo societario, al cda di Tim convocato per oggi. I consiglieri devono rispondere ai rilievi dei sindaci sul comportamento del presidente Fulvio Conti nei giorni precedenti il cda che, il 13 novembre, ha silurato l'ex amministratore delegato Amos Genish, il manager di Vivendi in un primo tempo confermato anche da Elliott. Il tutto si tradurrà in una nuova relazione del consiglio che dovrà spiegare la propria posizione sulle contestazioni inviate dai sindaci alla Consob che riguardano più che altro la disparità di informazioni date ai consiglieri.

La figura del presidente rischia comunque di uscire indebolita da questa storia al punto che non mancano voci secondo cui, dietro le quinte, si starebbe lavorando per una sua sostituzione (alquanto complicata) con una figura gradita a Cdp quanto a Vivendi. Però non pare il presidente la prima preoccupazione del mercato. Anche il secondo «proxy advisor», che dopo Iss, ha emesso il suo parere (diretto ai fondi) su come votare in assemblea, fa scivolare la questione in secondo piano.

«Nonostante le preoccupazioni per presunte asimmetrie informative all'interno del Consiglio, a causa di riunioni

separate tenute dagli amministratori nominati da Elliott, e dalla mancanza di una rigorosa indipendenza di tali amministratori, - scrivono da Frontis - siamo ancora più preoccupati per la possibilità che Vivendi riassuma il controllo del consiglio di amministrazione». Come si capisce, anche da Frontis arriva il consiglio di votare «no» alla revoca proposta da Vivendi. In tarda serata si esprime anche Glass Lewis, che al pari consiglia di opporsi alla proposta francese. «Gli sforzi di Vivendi di criticare duramente un cda recentemente ricostituito con il supporto di massa degli altri azionisti risultano piuttosto maldestri», scrive il proxy advisor. Il cda di oggi proseguirà poi su altri temi che spaziano dall'attività del comitato parti correlate alle questioni assembleari.

In casa Tim il cantiere è aperto. Le ultime indiscrezioni raccontano dell'idea di trasformare TimVision di fatto in una televisione, con più intrattenimento. Non si proporzionerebbero più solo quelle che nel gergo dei media si chiamano utilità ripetute (come i film o le serie tv) ma anche utilità immediate, programmi tipici della tv generalista dai costi assai elevati. Un modo per prepararsi all'arrivo di Sky (con cui Tim è in causa) anche come concorrente nella banda ultra larga. —

© BY NC ND ALQUN DIRITTI RISERVATI



Fulvio Conti, presidente del gruppo telefonico Tim

ANSA



# Spunta il nome di Falciai per la presidenza Tim

## MOSSE DIETRO LE QUINTE

**Tentativo di mediazione, ma Conti non ha alcuna intenzione di farsi da parte**

**Antonella Olivieri**

Voci concordanti riferiscono di movimenti dietro le quinte per tentare la tregua in Telecom, passando da un cambiamento alla presidenza che possa mettere d'accordo tutti. Tant'è che circolano anche nomi di candidati, tra i quali quello di Alessandro Falciai, l'ex presidente Mps con un trascorso nel gruppo Stet e fondatore di Dmt, società poi fusasi con le torri Mediaset per dar vita a EiTowers. Non sembra comunque essere una soluzione che abbia grandi chance di decollare. Oltre al fatto che l'attuale presidente Fulvio Conti non risulta affatto disponibile a farsi da parte, cambiare una casella non sposterebbe gli equilibri all'interno del consiglio, nè darebbe una rappresentanza adeguata alla Cdp, prossimamente a raggiungere il 10%, che al momento non ha voce in capitolo sulla governance dell'ex monopolista tricolore. Rinnovare il cda di modo che rappresenti tutti gli stakeholder sembrerebbe essere l'unica opzione sensata, se non fosse che il continuo braccio di ferro nell'azionariato ha già prodotto una discreta instabilità del board: il precedente è durato solo un anno per l'harakiri della maggioranza dei consiglieri Vivendi, l'attuale non ha ancora concluso il primo anno di mandato. Nemmeno si può dire sia stabile la guida operativa: i francesi, quando erano da soli al comando, hanno "bruciato" anticipatamente due ad, Marco Patuano (a pochi mesi dalla scadenza naturale del suo mandato) e Flavio Cattaneo (dopo appena un anno). Il cda formato Elliott, insediato a inizio maggio, di suo ha dapprima conferito pieni poteri all'ad scelto dai francesi, Amos Genish, e poi a inizio novembre l'ha sfiduciato.

L'assemblea del 29 marzo non pa-

re destinata a segnare una svolta. Con i proxy advisor dei fondi schierati contro, è virtualmente impossibile che Vivendi possa spuntarla nella richiesta di revoca di cinque consiglieri. Oltre a Iss, anche Frontis ha bocciato la proposta. «Alcune delle violazioni delle regole di governance lamentate da Vivendi sono state confermate dalle indagini del collegio sindacale», ricorda il report citando l'episodio della riunione tra alcuni consiglieri in quota Elliott prima del cda straordinario che ha tolto le deleghe a Genish. Tuttavia «nutriamo preoccupazioni ancora più serie sui tentativi di Vivendi di riprendere il controllo del board, a causa in particolare dei suoi conflitti d'interesse e delle pratiche di cattiva governance portate avanti come maggior azionista». A riguardo il report cita la mancata conversione delle azioni di risparmio, la nomina di un manager del gruppo (Michel Sibony) a capo degli acquisti Telecom e operazioni con parti correlate (Canal Plus - Tim Vision) portate avanti senza seguire le procedure corrette.

La situazione è comunque degenerata quasi al piano degli insulti. Colpi bassi che non risparmiano nessuno, se l'ex presidente e ceo Franco Bernabè - primo nome dei candidati Vivendi - ha ritenuto di dover presentare una querela per diffamazione contro le affermazioni di Frontis che lo dipingono come «non completamente esente da responsabilità per le cattive performance degli ultimi anni» della società dalla quale si era dimesso nel 2013. E nel frattempo anche a Parigi si surriscalda l'atmosfera in vista dell'assemblea Vivendi del 15 aprile. Il fondo attivista francese Phitrust ha chiesto infatti la rimozione dalla presidenza del consiglio di sorveglianza del figlio di Vincent Bolloré, Yannick, perchè ancora ceo di Havas che fa parte del gruppo. La tesi, respinta al mittente, è che controllore e controllato non possono essere ruoli sovrapposti.

RIPRODUZIONE RISERVATA

**Bolloré sotto assedio anche a Parigi: un fondo attivista francese chiede di rimuovere il figlio dal vertice di Vivendi**



# Mattarella sblocca la via della seta ma l'intesa sarà rivista e senza 5G

Dal vertice al Colle garanzie agli Usa: il patto con la Cina ha regole stringenti. Via libera anche dalla Ue

CONCETTO VECCHIO, ROMA

È un via libera all'accordo con la Cina, quello che arriva dopo la colazione tra il presidente della Repubblica Sergio Mattarella e i vertici del governo, ieri al Quirinale. Il 5G non farà parte del memorandum, e questo sgombra il campo, per il momento, della principale criticità.

Il vertice, convocato in vista del prossimo Consiglio europeo, è servito a esaminare i criteri della "via della seta", anche se il Capo dello Stato ritiene che la competenza sia strettamente dell'esecutivo. L'accordo quadro è stato quindi presentato al presidente: oltre al premier Giuseppe Conte, c'erano i viceministri Matteo Salvini e Luigi Di Maio, i ministri Giovanni Tria, Enzo Moavero Milanesi, Elisabetta Trenta, il sottosegretario Giancarlo Giorgetti.

Il memorandum - hanno spiegato il premier e i ministri - è molto meno pregnante di tanti altri siglati bilateralmente da altri Paesi europei e le regole d'ingaggio italiane riguardo agli accordi con Pechino sono molto più severe e stringenti del documento dell'Unione

europea.

I paletti che vanno rispettati sono quelli della sicurezza nazionale, in particolare sul fronte delle telecomunicazioni e delle regole antitrust. Insomma, l'accordo non deve contemplare settori strategici dello Stato.

Come relazionarsi però di fronte alle critiche che piovono dagli Usa, dinanzi al patto commerciale che si va delineando tra i cinesi e il nostro Paese? Ieri sera è arrivato l'ennesimo allarme del Dipartimento di Stato: l'Italia - è stato l'invito - valuti rigorosamente i rischi di affidarsi a fornitori soggetti a governi stranieri prima di prendere qualsiasi decisione su infrastrutture, come per l'appunto la rete 5G di Huawei, il punto che suscita le maggiori inquietudini.

I protocolli che definiranno nel concreto l'intesa - porti, aviazione, scambi commerciali, investimenti - dovranno tenere conto di alcune regole di massima. Il lavoro di revisione, sollecitato anche dal richiamo della Ue, quindi porterà a rendere più stringenti i particolari del patto. Naturalmente - riferivano ieri sera fonti del Colle - si guarda con grande attenzione alla posi-

zione dell'alleato Usa. Una sensibilità che non può venire meno, mentre si tenta di esplorare nuove strade.

Ciò detto, fanno notare ambienti del Colle, la "via della seta" rispecchia in buona parte l'obiettivo dei governi precedenti nei confronti della Cina. Il presidente Xi Jinping sarà anche al Quirinale, durante la due giorni a Roma, il 22 e 23 marzo. In Europa sono 13 i Paesi Ue che hanno già firmato l'accordo, (tutti verificati dalla Commissione Ue), ma l'Italia sarebbe il primo paese del G7 a compiere questo passo. Un'apertura è di fatto giunta ieri sera anche da Bruxelles, laddove si precisa che «gli stati membri non possono negoziare accordi in contraddizione con la legislazione europea», e per questo non c'è preoccupazione.

L'altra parte del pranzo al Quirinale è stata dedicata alla Brexit. Che sarà il tema del consiglio europeo, la settimana prossima. Il governo italiano, riferisce chi ha partecipato all'incontro, è in attesa di capire gli sviluppi, pronto a predisporre provvedimenti qualora ci fosse un'uscita senza un accordo tra Londra e Bruxelles.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





FILIPPO ATTILI/ANSA

## Un caffè insieme

Matteo Salvini e Giuseppe Conte prendono un caffè insieme dopo una conferenza stampa

## L'analisi

Porti, ferrovie  
e reti digitali  
L'ira dell'America  
sui "tesori" italiani  
che la Cina vuole

CIRIACO, LOPAPA e VECCHIO

pagina 8

**Il retroscena** *Correzione di rotta su Pechino*

# Accordi operativi rinviati Per la firma di Xi resta solo la lettera di intenti

Tagliati o congelati molti dei 40 protocolli, in primis energia e telecomunicazioni. Modifiche anche sul porto di Trieste

**TOMMASO CIRIACO  
CARMELO LOPAPA, ROMA**

Adesso è una «mini via della seta». Poco più che un accordo commerciale, sia pure con un partner d'eccezione. Un colpo di spugna sul capitolo dell'energia e un altro su quello più delicato delle telecomunicazioni, stralciato assieme al 5G per «ragioni di sicurezza nazionale». Lo stesso vale per le Ferrovie. Neanche la partnership sul porto strategico di Trieste si salva dalle correzioni. È una versione rivista e ridimensionata del Memorandum of understanding quella che viene riscritta in queste ore. Assai diversa da quella alla quale avevano lavorato il premier Conte e il ministro dello Sviluppo Di Maio. Alcuni dei circa quaranta "protocolli" operativi chiamati a dare esecuzione all'accordo sono stati tagliati, altri verranno rinviati. E dunque, non verranno siglati quando il 22 marzo il presidente cinese Xi Jinping sarà a Roma per la visita di Stato e per chiudere l'intesa. A questo punto è certa soltanto la firma sul Memorandum. Ufficialmente per

ragioni di tempo. In realtà, per consentire al governo italiano un «supplemento di istruttoria» sui capitoli più sensibili dell'accordo, telecomunicazioni e energia. Ma non è affatto scontato che a quel punto il presidente cinese accetti di chiudere l'intesa. Gli uomini di governo della Lega, sponsor dello stralcio, adesso esultano, dopo il pranzo al Quirinale di ieri col presidente Mattarella e mezzo governo. Arriva un sostanziale via libera del Colle - sempre in sintonia con la Farnesina - alla nuova versione, che ora tuttavia avrà bisogno di un ulteriore passaggio a Palazzo Chigi, che si risolverà in un nuovo vertice del "triumvirato" Conte-Salvini-Di Maio previsto per domani sera. La partita geopolitica è più complicata del previsto. Il presidente Xi Jinping volerà a Parigi all'indomani della tappa italiana, per un bilaterale all'Eliseo. Il rischio temuto adesso a Roma è che la Presidenza Macron possa "scavalcare" gli italiani, blindando un accordo più ampio e per loro conveniente con Pechino. Il difficile equilibrio tra le ragioni di intelligence e la concorrenza dei

transalpini è finito non a caso al centro del pranzo al Quirinale. Al Colle d'altra parte sono ben presenti i timori sulla sicurezza militare: un patto di questa portata non può essere siglato in rotta con gli alleati della Nato e con i partner dell'Unione europea. Tanto meno dopo i moniti lanciati due giorni fa dal segretario di Stato Usa Mike Pompeo e dai vertici della Commissione a Bruxelles. Un evidente deficit comunicativo nell'azione del governo che ha allarmato Washington e costretto Roma a un'inversione di rotta. E allora ecco che dalla lista dei capitoli dell'accordo è stata cancellata la parola in burocratese stretto "interoperabilità". Era una formula criptica per indicare le telecomunicazioni. Ma come è



stato fatto notare dai leghisti presenti al Quirinale, Salvini e Giorgetti, tutto il capitolo riconducibile alla tecnologia 5G viene stralciato. Rischiava di aprire le porte a un accordo col colosso cinese Huawei, senza le necessarie garanzie per l'Italia. Tanto più che proprio quella tecnologia - si sono lamentati dall'Amministrazione Trump - sovrintende al funzionamento dei caccia F35.

L'altro dossier sensibile riguarda i porti. La penetrazione cinese dovrebbe interessare certamente quelli di Genova, Ancona, Livorno, ma soprattutto Trieste. In alcuni casi, il management di Pechino rischia di entrare nella governance delle strutture. In altri, si accontenterebbero di potenziare gli scali per avere accesso alle produzioni, magari adoperando anche ingegneria e manodopera cinese. Il timore più avvertito è che si tratti di una scorciatoia che alla fine permetta loro di far proprio il know how italiano. A Genova vorrebbe dire spalancare le porte al sito di Fincantieri, gioiello tricolore della costruzione navale. Su Trieste la Cina ha già in progetto massicci investimenti. Non è un caso: punterebbero a insediarsi nel porto strategico più a Nord del Mediterraneo. Ed è la ragione per cui il governo italiano ridimensionerà il "protocollo" dedicato allo scalo triestino. Insomma, troppe incognite su un accordo che rischiava di isolare ancor di più il governo gialloverde in Europa e allargare il solco atlantico. Ci sarà ancora parecchio da trattare, con Pechino. Ed è la ragione per cui il presidente del Consiglio Conte si prepara a ricambiare entro poche settimane la visita di Stato di Xi Jinping.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I punti

- 1 Telecomunicazioni**  
È il nodo più delicato: in particolare la tecnologia 5G. Il governo ha deciso di stralciare il tema rispetto agli accordi con Pechino
- 2 Porti**  
I cinesi dovrebbero entrare nella governance di quelli di Genova e Trieste in cambio di infrastrutture. Roma vuole ridimensionare l'ingresso
- 3 Energia**  
Ragioni di sicurezza nazionale spingono l'Italia a ridimensionare il patto sugli impianti energetici

# Con Renzi, Pechino è entrata in Cdp

Nel 2014 il Bullo e il presidente Bassanini cedettero il 35% della divisione Reti della Cassa al colosso China State Grid. Che ora ha un piede nel settore strategico per la banda larga

di DANIELE CAPEZZONE

■ Ci si preoccupa molto (e con valide ragioni) per l'ormai prossima adesione italiana alla Via della seta cinese, ma molti di quelli che oggi strepitano o tacquero o addirittura applaudirono, meno di 5 anni fa, quando l'Italia - di fatto senza dibattito - si aprì a quella che potremmo chiamare «Via della seta energetica». Premier era Matteo Renzi, ministro dell'economia Pier Carlo Padoan, e gran cerimoniere l'attivissimo Franco Bassanini, allora presidente di Cdp.

Come andarono le cose? Nell'estate del 2014, protagonista dell'operazione fu il gigante cinese China State Grid: dove «State» fa capire che si tratta di un'azienda pubblica (altro che privatizzazione, quindi!) e «Grid» non va confuso con *greed* («avidità» in inglese), ma vuol dire «rete». Stiamo parlando della più grande utility al mondo, un colosso - allora - da 298 miliardi di dollari di ricavi, impegnato nella costruzione e nella gestione della rete energetica operante sull'88% del territorio cinese, oltre che strumento per aggressive strategie di proiezione internazionale.

Il gigante di stato di Pechino si aggiudicò ben il 35% di Cdp Reti, la società della Cassa depositi e prestiti che si occupa delle reti: quindi sono entrate in gioco le reti energetiche italiane, incluse Snam e Terna.

L'operazione fu perfezionata tra il 30 e il 31 luglio del

2014, quando l'ad di Cdp Giovanni Gorno Tempini e il presidente del colosso cinese Zhu Guangchao firmarono un'intesa a Palazzo Chigi alla presenza del premier Renzi. Un Padoan esultante parlò di «una tappa molto importante, ma solo una tappa, del processo di integrazione economica tra Italia e Cina che si va rafforzando quotidianamente».

Prezzo? Poco più di 2 miliardi. Per i cinesi, un affarone: l'investimento non solo era considerato sicuro e in grado di garantire un flusso costante di cassa, ma era inquadrato in una più ampia strategia per fare dell'Italia il proprio hub nel cuore dell'Europa, un passo avanti verso l'espansione delle loro attività globali. Di più: i cinesi, con l'ingresso in un vasto mercato fortemente deregolamentato, si collocavano in posizione privilegiata per eventuali dismissioni di utility da parte di enti locali italiani alle prese con conti in dissesto.

I difensori dell'operazione dissero: 2 miliardi non sono pochi, e l'Italia mantiene la quota di controllo. Affermazioni vere, per carità. Peraltro, i *mainstream media* italiani, grandi supporter dell'operazione, si affrettarono a giustificare tutto, spiegarono che non c'erano grandi alternative, e che i fondi infrastrutturali esteri, che pure inizialmente avevano mostrato interesse per il dossier, avrebbero poi rinunciato all'investimento. E alcuni boiardi di Stato e para-

stato plaudirono all'operazione, *majorette* di sé stessi.

Sta di fatto che le interrogazioni parlamentari presentate rimasero senza risposta. E nessuno diede spiegazioni convincenti su almeno quattro punti. Primo: perché fu scelto proprio quel partner, geopoliticamente così discutibile? Secondo: perché, in un Paese in cui il dibattito politico avviene su vicende anche piccolissime, su una questione così grande ci fu invece un gran silenzio? Terzo: perché coinvolgere un partner così aggressivo in un settore strategico e ultrasensibile per la sicurezza nazionale come quello delle reti? Quarto: perché non fu seguita la strada maestra di una gara internazionale?

Un po' tutti, all'epoca, rimasero afoeni. Oggi invece strillano. Ma le conseguenze della scelta di allora possono farsi sentire proprio adesso. Sarà duro tenere anche il tema della banda larga fuori da quella «scatola». E sarà ancora più complicato spiegare ai partner atlantici (Washington in testa) come mai, in 5 anni, si siano aperte a Pechino prima le porte delle reti e poi quelle di altre infrastrutture fisiche decisive (porti). Sarà vivamente sconsigliabile pensare che gli interlocutori non capiscano, e provare a raccontar loro che è solo una questione commerciale, senza implicazioni geopolitiche.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



INTESA Il 31 luglio 2014 il premier Matteo Renzi e Franco Bassanini firmano l'intesa con il ceo di China State Grid per il 35% di Cdp Reti [Ansa]

