

## Rassegna del 15/10/2019

\*\*\*

<b>Italia Oggi</b>	<b>27</b>	Detrazioni per chi non paga cash - Sconti per le spese dall'estetista	<i>Bartelli Cristina</i>	<b>1</b>
<b>Il Fatto Quotidiano</b>	<b>11</b>	Vertice di Libra: anche Booking lascia la valuta di Facebook	<i>VDS</i>	<b>3</b>
<b>Mf</b>	<b>19</b>	Libra, anche Booking abbandona Facebook - Libra a rischio ammutinamento	<i>Bertolino Francesco</i>	<b>4</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>21</b>	Libra, i colossi lasciano	...	<b>5</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>24</b>	Cultura e creatività L'impresa che cresce	<i>Roddolo Enrica</i>	<b>6</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>6</b>	Industria 4.0, credito d'imposta fino al 40% Formazione semplificata - Impresa 4.0, credito di imposta fino al 40%	<i>Fotina Carmine</i>	<b>10</b>
<b>Sole 24 Ore .salute</b>	<b>33</b>	Dai Cdo ai team di analisi dei dati: le skill digitali nelle farmaceutiche	<i>Bartoloni Marzio</i>	<b>12</b>
<b>Sole 24 Ore Rapporti</b>	<b>27</b>	Mondo digitale - L'Italia è apripista nella sfida del 5G Incognita redditività - L'Italia apripista della sfida 5G con l'incognita della redditività	<i>Biondi Andrea</i>	<b>13</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>16</b>	Nielsen misura l'efficacia degli spot televisivi e online	...	<b>16</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>28</b>	Una legislazione europea per salvare l'informazione	<i>Bellut Thomas - Cunci Delphine_Ernotte - Curran Noel</i>	<b>17</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>14</b>	Presidenza Tim, spunta l'ipotesi Crisostomo - Fumata nera per la presidenza Tim Spunta Crisostomo	<i>Olivieri Antonella</i>	<b>19</b>
<b>Mf</b>	<b>3</b>	Rossi verso il cda Tim, nomina attesa per il 21 - Rossi alla presidenza di Telecom	<i>Follis Manuel</i>	<b>20</b>
<b>Messaggero</b>	<b>7</b>	Mattarella da Trump per parlare di dazi Ma per gli Usa il nodo resta il dossier 5G	<i>Conti Marco</i>	<b>22</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>18</b>	Mediaset prepara il ricorso dopo il blocco spagnolo della fusione	...	<b>23</b>

# Detrazioni per chi non paga cash

*Sconti fiscali a partire dalla dichiarazione dei redditi del 2020 per chi userà bancomat e carta di credito per ristorante, estetista, insegnante o idraulico*

A partire dalla dichiarazione 2021, cioè dall'anno di imposta 2020, aumenteranno gli sconti fiscali, ma solo per chi paga con strumenti tracciabili e quindi non in contante. Nuove voci di spesa, a partire dall'estetista per finire al ristorante, potranno essere scaricate in dichiarazione dei redditi come detrazioni ma, appunto, solo pagando con bancomat o carta di credito. Lo prevede il dl fiscale, oggi all'esame del consiglio dei ministri

*Bartelli a pag. 27*

*MANOVRA 2020/ Decreto fiscale con il ddl bilancio (da inviare entro oggi a Bruxelles)*

## Sconti per le spese dall'estetista

*Nelle dichiarazioni 2021 detrazioni se si paga con il Pos*

DI CRISTINA BARTELLI

**A** partire dalla dichiarazione 2021, cioè dall'anno di imposta 2020, aumenteranno gli sconti fiscali, ma solo per chi paga con strumenti tracciabili e quindi non in contante. Nuove voci di spesa, dall'estetista all'idraulico, dall'insegnante al ristorante, potranno essere scaricate in dichiarazione dei redditi come detrazioni ma, appunto, solo pagando con bancomat o carta di credito. Il tanto invocato contrasto di interessi come strumento di lotta all'evasione arriva nel decreto fiscale stasera all'esame del consiglio dei ministri insieme con il disegno di legge di bilancio 2020 (che entro oggi dovrà essere trasmessa alla Commissione europea). Una spinta a chiedere la ricevuta, e quindi obbligare all'adempimento fiscale, arriverà anche dalla lotteria degli scontrini, al debutto dal 1° gennaio 2020. Si parteciperà rilasciando il codice fiscale al momento del pagamento per acquisti superiori ai due euro e la probabilità di vincita dei premi della lotteria aumenterà del 20%, rispetto alle transazioni effettuate in contanti, se si paga con bancomat o carta di credito. Accanto a queste misure, spazio alla stretta sulla soglia del contante circolante, che

sarà riportata a mille euro, e alla possibilità per le procure della Repubblica di utilizzare i dati contenuti nelle fatture elettroniche con maggiore facilità. Mentre oltre alla stretta sui già esistenti reati tributari, nel decreto troverà casa anche la cosiddetta plastic tax, una misura che disincentiva all'utilizzo dei prodotti alimentari imbustati.

**Contrasto di interessi e lotteria degli scontrini.** Niente cashback e cioè rimborso sull'estratto conto per chi paga con la carta di credito, ma il decreto fiscale agirà su una leva per così dire già collaudata della detrazione, lo sconto fiscale da chiedere e ricevere con la dichiarazione dei redditi. In dichiarazione, dunque, si potrà scontare la spesa ad esempio dell'estetista o del ristorante o di piccoli interventi di manutenzione domestica. Ancora da fissare l'aliquota dello sconto tra il 10 e il 19%. Le modifiche sulle detrazioni poi potrebbero essere di più ampia portata, attribuendo la possibilità di «scaricare» anche le spese tradizionali, come quelle sanitarie, solo a chi paga sempre con strumenti tracciabili. Novità anche per la lotteria degli scontrini. Il decreto punta

a rafforzare lo sviluppo della misura che debutterà in concomitanza con la rivoluzione dei registratori di cassa telematici. Dal 1° gennaio 2020, infatti, gli esercenti dovranno dotarsi di registratori di cassa che invieranno in tempo reale all'Agenzia delle entrate il dato dell'operazione battuta con lo scontrino. La lotteria abbina a questa operazione il rilascio del codice fiscale del contribuente che ha voglia di partecipare. Per incentivare l'utilizzo chi parteciperà pagando con carta di credito o bancomat vedrà aumentare la probabilità di vincita del premio in denaro del 20%. Non solo il premio sarà esentasse mentre saranno

previste sanzioni per quegli esercenti che si rifiuteranno di far partecipare il cliente alla lotteria degli scontrini.

L'incentivo al pagamento



con metodi tracciabili si concretizzerà anche in un abbassamento delle commissioni per gli esercenti. Pagare in contanti sarà disincentivato anche dal ritorno alle soglie più basse dei trasferimenti in denaro per le compravendite. Dai 3.000 euro attuali si tornerà ai 1.000 euro. Oltre si dovrà necessariamente utilizzare una modalità tracciata.

**Fatture elettroniche  
dati alle procure e confisca per sproporzione.**

Stretta sui reati tributari. Per quanto i reati fiscali per i cosiddetti evasori esistano già e siano codificati nel decreto legislativo 74/2000 la manovra 2020 porterà con sé un inasprimento delle sanzioni previste. Sarà elevato il limite del carcere fino a 8 anni e si abbasseranno le soglie per cui scatterà l'azione penale dai 150 mila euro nel caso di dichiarazione infedele ai 100 mila euro e per gli omessi versamenti di ritenute la fattispecie penale si configurerà per omissione superiori ai 50 mila euro. Si introduce poi per i reati fiscali le misure di sequestro preventivo previsto per i reati di mafia.

—© Riproduzione riservata—■

A GINEVRA

Vertice di Libra:  
anche Booking  
lascia la valuta  
di Facebook

**S**tatuto redatto? Non si sa. Discussioni affrontate? Non si sa. Board nominato? Forse. Decisioni prese? Non pervenute. Prossimi obiettivi? Nessuna voce. Lanon cronaca del primo incontro a Ginevra per iniziare a dare una prima forma, anche se provvisoria, a Libra, la criptovaluta di Facebook, iniziare a nominare un consiglio e a definire la partecipazione all'associazione delle aziende che dall'inizio avevano dato il loro appoggio al consorzio (si legga: disponibilità a pagamento della propria quota di partenza) è di per sé una notizia. La pompa magna mediatica che ne aveva caratterizzato il lancio ha lasciato il posto al silenzio più assordante possibile per gli addetti ai lavori. La fuga di notizie, in effetti, è stata fitta ed esauriente nelle ultime settimane quando, uno dopo l'altro, partner di peso si sono sfilati, pressati dai controlli e dagli avvertimenti delle authority di tutto il mondo: prima Paypal, poi Visa,

poi Mastercard (lasciando di fatto Libraprivadi una rete di pagamenti globale), eBay, la startup Stripe e Mercado Pago. L'unica notizia arrivata ieri sera (almeno fino a che il giornale non è andato in stampa) è stato l'abbandono anche da parte della Booking Holdings, la società che sta dietro al sito per prenotare soggiorni in hotel, Booking.com, e a quello per l'organizzazione di viaggi, Priceline. Chi resta? Dei grandi nomi (perché i piccoli supporters sono più di un migliaio) dovrebbero ancora tener fede alla disponibilità iniziale Uber, Spotify, Vodafone, Iliad, Andreessen Horowitz e Farfetch, oltre ai partner tecnici come Coinbase e Xapo. "Ci andrei cauto nel leggere il futuro di libra dalle novità delle ultime ore - aveva twittato nei giorni scorsi David Marcus, responsabile della sussidiaria Calibra -. Pur non trattandosi di una buona notizia, Libra andrà avanti, i cambiamenti di questa portata sono difficili". Dice che le pressioni sono inevitabili. Ma il 2020, anno indicato per il lancio, è vicinissimo.

**VDS**



## Libra, anche Booking abbandona Facebook

È il settimo membro a mollare il progetto della valuta digitale  
**Bertolino**  
a pagina 19

BOOKING È LA SETTIMA SOCIETÀ A LASCIARE IL TEAM CHE GESTIRÀ LA MONETA DI FACEBOOK

# Libra a rischio ammutinamento

*Ieri riunione a Ginevra dei superstiti della Libra Association: sul tavolo la governance e il futuro del progetto*

DI FRANCESCO BERTOLINO

Il consiglio della Libra Association, convocato ieri a Ginevra, avrebbe dovuto approvare lo statuto e nominare il board incaricato di gestire il lancio della moneta di Facebook, previsto entro giugno 2020. Attorno al tavolo, però, si sono trovati solo 21 dei 28 membri della Libra Association. Sette sedie sono rimaste vuote: PayPal, Visa, Mastercard, Stripe, e-Bay, Mercado Pago e ieri Booking hanno deciso di abbandonare il progetto, almeno per il momento. Troppa la pressione delle autorità nazionali e internazionali che in alcuni casi sono arrivati a scrivere direttamente alle società coinvolte. Ai cda di Stripe, Mastercard e Visa è stata così recapitata una lettera di senatori statunitensi che minacciavano uno scrutinio più severo sulle loro attività se non avessero abbandonato la Libra Association. Un avvertimento senza dubbio efficace soprattutto se ribadito dal segretario di Stato americano, «Ho incontrato rappresentanti di Libra più volte e ho chiarito che se non avessero rispettato i requisiti anti-riciclaggio avremmo agito legalmente contro di loro», ha detto ieri Steven Mnuchin, «credo abbiano realizzato di non essere pronti e che perciò alcuni partner, preoccupati, abbiano deciso di abbandonare almeno finché Libra non sarà all'altezza degli standard richiesti».

Un quarto dei membri della Libra Association non ha retto a tanta pressione regolatoria e ha preferito abbandonare la nave,

ritirando l'impegno a investire 10 milioni di dollari per lo sviluppo del progetto.

Mark Zuckerberg è comunque convinto di poter evitare il naufragio. I fondi non sono un problema: oltre 1500 compagnie si sono candidate a salire a bordo della Libra Association e a Facebook non mancano certo le risorse per investimenti. L'ammutinamento di Visa, Mastercard e PayPal rischia però di far perdere la rotta al progetto capitanato da Zuckerberg. La partecipazione delle tre istituzioni finanziarie avrebbe garantito l'infrastruttura necessaria a convertire rapidamente e in tutto il mondo le valute fiat in Libra e viceversa. Nonché l'esperienza indispensabile a entrare in un mercato, quello dei servizi di pagamento, ancora inesplorato per Facebook. Senza di loro il progetto perde di credibilità, anche se è presto per darlo per morto. I fuoriusciti potrebbero tornare se e quando Libra supererà i dubbi dei regolatori. Determinante potrebbe allora rivelarsi l'audizione su Libra prevista settimana prossima alla Camera Usa. In quella sede Zuckerberg sembra intenzionato a giocarsi il tutto per tutto. (riproduzione riservata)



Mark Zuckerberg



## VALUTA FB

# Libra, i colossi lasciano

I colossi finanziari reclutati da Facebook per lanciare una rete di pagamenti basata sulla criptovaluta Libra hanno abbandonato il progetto. Visa, Mastercard, Stripe e eBay hanno deciso di ritirarsi dal gruppo che aveva originariamente assicurato il proprio supporto. La scorsa settimana anche PayPal si era fatta da parte, dicendo addio alla Libra Association. Ora l'iniziativa può contare soltanto su società di pagamenti più piccole, fornitori di tlc, società di capitali di rischio, aziende di e-commerce e organizzazioni no profit.

Alcune realtà hanno comunque lasciato aperta la porta a un possibile ritorno in futuro. «La nostra decisione finale sarà determinata da una serie di fattori, tra cui la capacità dell'associazione di soddisfare pienamente tutte le aspettative normative richieste», ha precisato un portavoce di Visa. «Il costante interesse di Visa per Libra deriva dalla nostra convinzione che reti ben regolate basate su blockchain potrebbero estendere il valore dei pagamenti digitali sicuri a un numero maggiore di persone e luoghi, in particolare nei mercati emergenti e in via di sviluppo».

Le carte di credito e debito di Visa e Mastercard avrebbero semplificato ai consumatori l'acquisto della criptovaluta di Facebook per utilizzarla negli acquisti.

— © Riproduzione riservata —



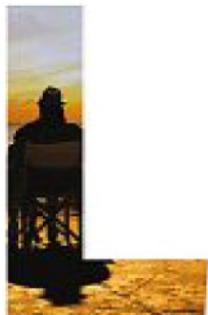
il bello = Italia

# Cultura e creatività L'impresa che cresce

Aziende «del bello» sotto la lente di Intesa Sanpaolo e Mediocredito. De Felice: «Oltre la metà nate dopo il 2000 e pronte a investire». Firpo: «Serve lo spirito del *project financing*»

**L'82,4% ha fatto investimenti negli ultimi tre anni (e circa un terzo in maniera significativa)**

di **Enrica Roddolo**



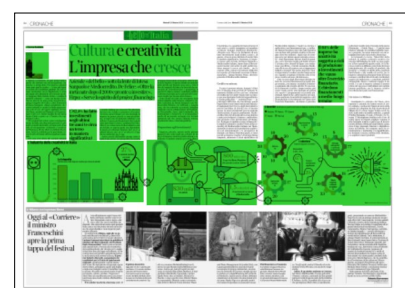
a cultura è economia. «E non penso tanto a quella del turismo ma all'occupazione che genera e a molto altro. E le imprese culturali come pure quelle creative — le une più legate al mondo dei contributi pubblici che alle risorse racimolate con le biglietterie, le altre più legate alle dinamiche del mercato da dove traggono linfa tramite ticket e vendita di prodotti culturali — sono un bacino di ricchezza ancora in gran parte inesplorato», spiega Gregorio De Felice, Chief Economist di Intesa Sanpaolo. «Basta considerare che i settori culturali e creativi in Italia rappresentano solo il 2,3% del valore aggiunto del nostro Paese, mentre nell'Europa a 28 la percentuale è del 2,7%. Molto meglio di noi fanno

Regno Unito a quota 4% e Francia che raggiunge il 2,8%».

Gli occupati nel settore sono complessivamente in Italia circa 830 mila persone (il 3,6% degli occupati nazionali), a fronte però di un dato di occupazione «culturale e creativa» nell'Europa a 28 che sfiora i 9 milioni di persone. Anzi, 8,7 milioni per la precisione, ovvero il 3,8% del totale dell'occupazione nazionale.

Che cosa serve allora alle aziende culturali e creative italiane per crescere? Per diventare davvero un volano economico rilevante? «Servono azioni mirate per una tipologia di imprese in genere piccole se non piccolissime, la metà con un fatturato inferiore a un milione. E spesso molto giovani: oltre la metà sono nate dopo il 2000», continua De Felice. Oltre il 31% conta meno di dieci addetti e solo un risicato 5% supera quota 250 dipendenti. In mezzo si collocano imprese tra i 10 e i 19 addetti (18,5%), tra i 20 e i 40 (26,1%) e il 19,3 che ne conta tra i 50 e i 249.

Anche perché dall'analisi emerge come si tratti di un settore con prospettive in crescita e buona propensione a investire: oltre la metà delle imprese si aspetta infatti un aumento delle attività nel biennio 2019-2020 e oltre il 60% dei soggetti dichiara che investirà in particolare in comunicazione e marketing. Il perché? È chiaro: calano i contributi pubblici e diventa essenziale per le aziende farsi conoscere meglio per trovare altre risorse».



Sono alcuni dei dati che emergono dalla prima indagine sulle imprese culturali e creative realizzata da Intesa Sanpaolo con Mediocredito Italiano, tra febbraio e maggio 2019, che ha coinvolto 119 società. Indagine realizzata con la collaborazione di Fondazione Fitzcarraldo, Aesvi, Agis Lombardia, Aie, Federculture e Federvivo. E la fotografia è quella di un mondo variegato che include spettacolo dal vivo, musei, editoria, musica, produzioni video e cinematografiche.

## Propensione agli investimenti

Imprese, piccole, spesso molto giovani (quasi il 30% sono start-up a fronte di un 18,5% di imprese storiche), molto attente a valorizzare il capitale umano (per circa l'80% è l'esperienza o la capacità del team di lavoro il vero asset), e molto coraggiose nel guardare al futuro, dunque altamente dinamiche. «Proprio così, l'82,4% ha dichiarato di aver fatto investimenti negli ultimi 3 anni e, di queste, circa un terzo dichiara di averlo fatto in maniera significativa. Insomma, le imprese messe sotto la lente da Intesa Sanpaolo e Mediocredito italiano, hanno fame di investimenti mentre pmi attive in altri ambiti tendono magari a essere più timide... ma le aziende della cultura incontrano difficoltà nel reperire gli strumenti necessari di finanziamento», spiega Stefano Firpo, direttore generale di Mediocredito italiano.

## Credito su misura

E come si possono aiutare, dunque? «Direi che c'è bisogno di un servizio di "sartoria" finanziaria studiata ad hoc per loro, soluzioni di credito davvero *tailor made*, fatte su misura per una tipologia di attività imprenditoriale molto particolare — continua Firpo —. Le principali difficoltà che incontrano questi imprenditori sono infatti strumenti finanziari inadeguati (per il 61,3% degli intervistati) e poiché parliamo di attività che si basano spesso su asset immateriali pesa la mancata valorizzazione di questo patrimonio. Mediocredito, forte del desk già attivo al suo interno e nato per rivolgersi a cinema e audiovisivo, può proporsi come interlocutore privilegiato». Il gruppo si candida a essere la banca delle imprese culturali e creative? Forte della leadership di Mediocredito italiano nel finanziamento al settore della produzione audiovisiva ed entertainment e le prospettive di sinergie con Banca Prossima grazie al track record su imprese creative? «Il gruppo Intesa Sanpaolo, attraverso il desk specialistico di Mediocredito italiano è leader su cinema e audiovisivo con finanziamenti per 1,5 miliardi e Banca Prossima a sua volta è già operativa

con un desk sulle aziende creative cui ha erogato oltre 800 milioni». Quale tipo di sostegno serve per aiutare queste aziende a crescere? «Sarà importante attivare fondi di garanzia e serve lavorare meglio sui fondi europei. E la banca deve dotarsi di figure con competenze specifiche, e fornire assistenza finalizzata alla ricerca di partner con cui aggregarsi, italiani o stranieri. Per queste imprese è molto importante il credito a medio-lungo termine e quanto al capitale di rischio sono le imprese creative ad avere più interesse».

Oltre la metà degli intervistati dichiara infatti che servono finanziamenti a medio-lungo termine, con durata e modalità di rimborso adeguate alla propria attività. E la necessità di strumenti a medio e lungo termine può essere legata anche alla tipologia di attività che spesso è programmata su periodi pluriennali. Infatti il 64% delle imprese del campione analizzato ha un'attività soggetta a cicli di produzione o investimenti che vanno oltre l'esercizio finanziario. «In futuro si potrebbe sollecitare meglio tutto il mondo della nuova filantropia — chiude Firpo —. E poiché sono imprese abituate ai contributi pubblici spesso a progetto, ha senso muoversi con un atteggiamento tipico del *project financing*».

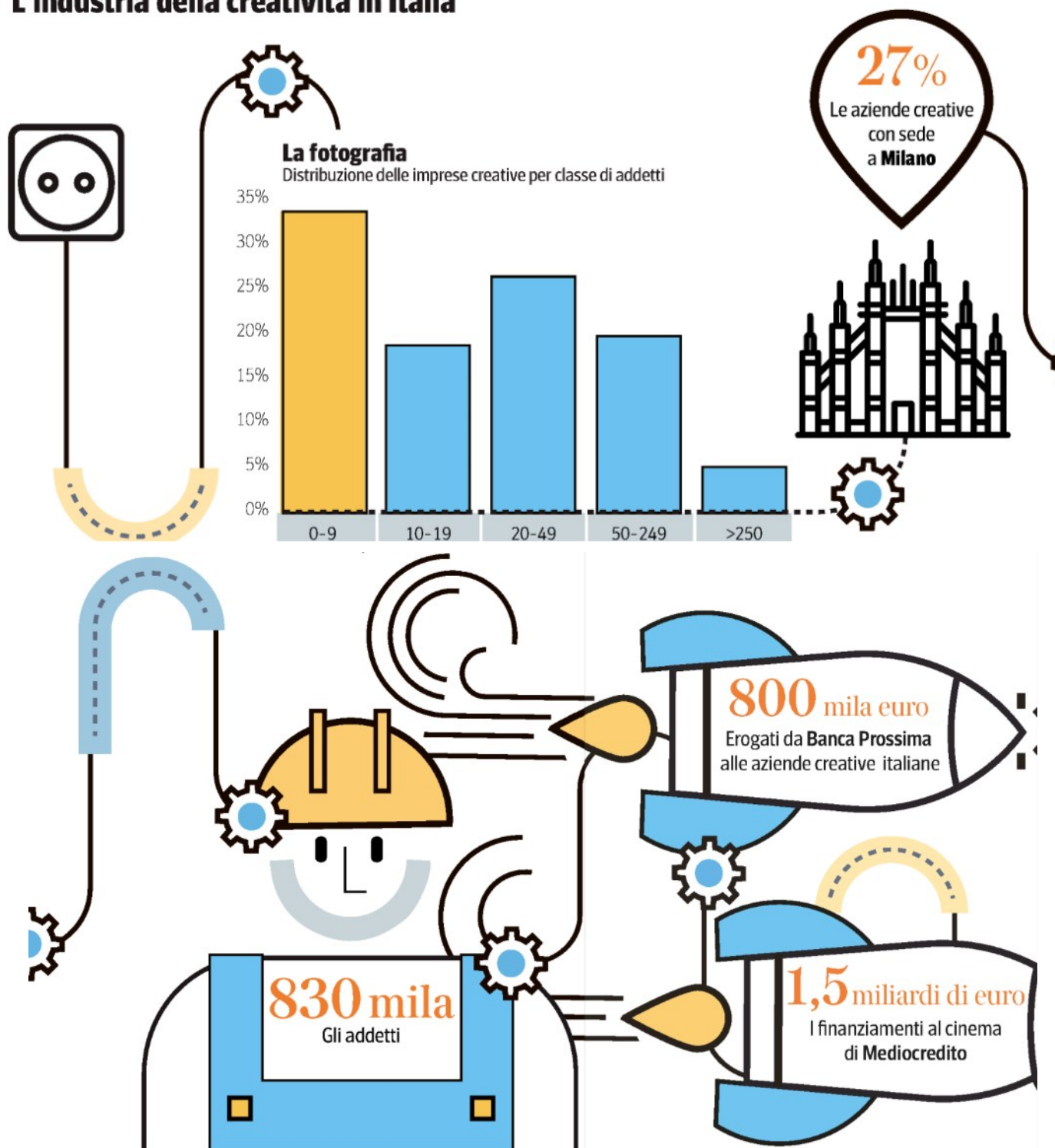
Avvicinando la lente, l'identikit delle aziende in ambito culturale-creativo che emerge dall'indagine fa capire su cosa poggino la loro operatività queste realtà. Se le imprese creative si affidano come fonte di ricavo principalmente alla vendita di prodotti, alla gestione o vendita di diritti della proprietà intellettuale e alla vendita di servizi, per le imprese culturali la principale fonte di ricavo restano i contributi di enti locali e territoriali, seguiti da biglietteria e contributi pubblici ministeriali, diretti o indiretti tramite il *tax credit*. E se per le imprese culturali il motore primo del successo è individuato nel capitale umano qualificato, per le imprese creative l'eccellenza fa il paio con l'innovazione.

## Un terzo è a Milano

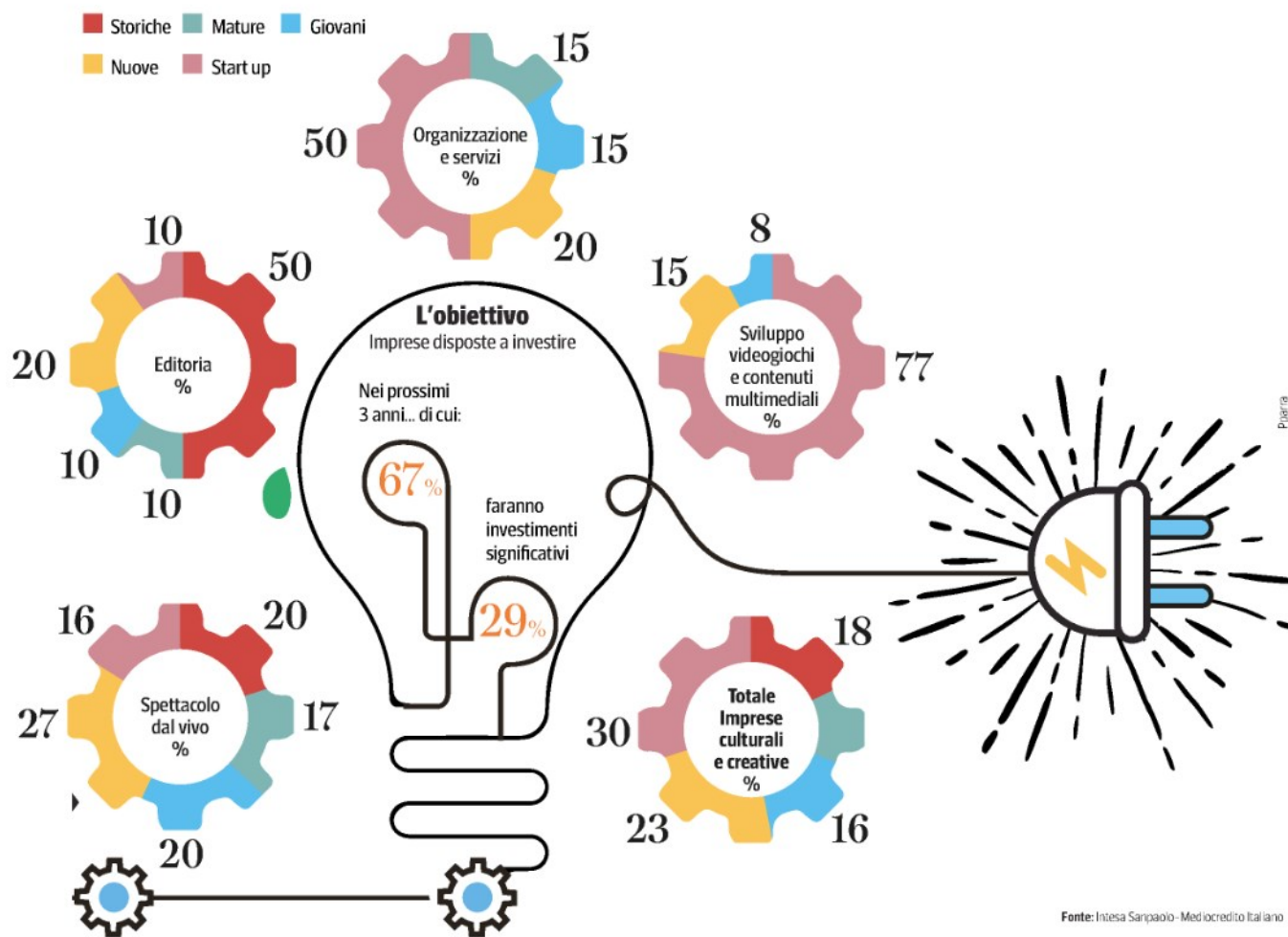
Guardando lo «Stivale» del Paese, dove operano le aziende che hanno messo al centro cultura e spettacolo? Quasi un terzo delle aziende del campione ha sede in provincia di Milano (il 27% circa). Segue Torino con il 12% delle realtà attive in ambito artistico, e quindi l'Emilia Romagna, il Lazio, il Veneto e la Toscana. Il Mezzogiorno totalizza solo il 10% di realtà sparse tra Napoli, Cagliari e Catania. E alla domanda relativa a quale tipo di investimento abbiano effettuato negli ultimi 3 anni, circa il 60% risponde: Internet e digitalizzazione dell'offerta. Poi vengono spese in comunicazione e marketing e in riqualificazione-restauro o messa a norma delle strutture, e a seguire in nuovi prodotti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# L'industria della creatività in Italia



**L'identikit** Quali sono e quanti anni hanno le imprese creative in Italia oggi



Fonte: Intesa Sanpaolo - Mediocredito Italiano

ILLUSTRAZIONE DI PAOLA PARRA

**Il 64% delle imprese ha un'attività soggetta a cicli di produzione o investimenti che vanno oltre l'esercizio finanziario. E chiedono finanziamenti a medio-lungo termine**

3

**MANIFATTURA**

Industria 4.0,  
credito  
d'imposta  
fino al 40%  
Formazione  
semplificata

# Impresa 4.0, credito di imposta fino al 40%

**Il piano triennale Mise.** Bonus modulari: più alto a spese green, 6% ai beni tradizionali. In alternativa il Mef valuta proroga secca dei maxi ammortamenti  
**Le altre novità.** Credito d'imposta formazione verso la semplificazione sugli accordi sindacali. Agevolazioni per ricerca e sviluppo estese all'innovazione

**Carmine Fotina**

ROMA

Nel nuovo piano del ministero dello Sviluppo economico per "Impresa 4.0" gli investimenti dedicati alla sostenibilità ambientale avranno il beneficio più alto, con un credito di imposta del 40%.

Gli "investimenti "green" sono uno dei tre grandi capitoli (non più quattro, come da prime ipotesi) in cui si articolerebbe il nuovo credito di imposta destinato a sostituire iperammortamento e superammortamento fiscale. Il 40% potrebbe essere l'aliquota più alta, il 6% quella più bassa riservata agli investimenti per l'ammmodernamento ordinari attualmente coperti dal superammortamento. Tra le due un'aliquota intermedia, per gli investimenti in macchinari e apparati funzionali all'ammmodernamento digitale e hi-tech (oggi coperti dall'iperammortamento). Il bonus "verde" ad ogni modo non sarà subito operativo, perché occorrerà un decreto attuativo per definire con precisione i criteri delle spese che producono miglioramenti in termini di sostenibilità ambientale ed economia circolare.

Sul dossier si cerca l'intesa definitiva tra i ministeri dello Sviluppo e dell'Economia. Nel Ddl di bilancio che sarà approvato dal consiglio dei ministri entrerà lo schema del piano, che include novità anche sui bonus ricerca e formazione. Non si esclude che l'intero progetto - che sarà al centro del Tavolo transizione 4.0 che il ministro Stefano Patuanelli convocherà a fine ottobre - possa entrare come annuale e poi

essere esteso sui tre anni con emendamenti in Parlamento.

Il nuovo sistema avrebbe il vantaggio di essere triennale, agevolando gli investimenti effettuati nel 2020, 2021 e 2022. L'alternativa che darebbe continuità alle imprese - cioè la proroga senza modifiche dell'attuale set di incentivi - sarebbe limitata a una sola annualità (con coda, solo per le consegne, al 31 dicembre 2021 per l'iperammortamento e al 30 giugno 2021 per il superammortamento). Al ministero dello Sviluppo ritengono gestibile senza contraccolpi sull'industria i primi mesi di transizione da un sistema all'altro. Ed è un tema chiave, perché l'Economia vuole scongiurare qualsiasi rischio di congelamento degli investimenti con conseguente impatto sulla crescita nei primi trimestri del prossimo anno.

Da un punto di vista finanziario, si punta a un impegno dello stesso ordine di grandezza di quanto sviluppa l'attuale piano Impresa 4.0, ovvero circa 5 miliardi spalmati lungo tutto il ciclo di vita dei beni agevolati dai maxiammortamenti (cifra che si raggiunge sommando anche gli impegni su credito di imposta per la ricerca e credito di imposta per la formazione 4.0). I 5 miliardi in questo caso si concentrerebbero su un arco temporale più stretto, cioè 2-3 anni di fruibilità del credito di imposta.

Secondo i tecnici dello Sviluppo, il ripensamento generale del piano consentirebbe la programmabilità degli investimenti in un'ottica triennale uscendo dalla logica del mero acquisto di macchinari per pianifica-

re progetti tecnologici di più ampio respiro. Il ministero calcola che la platea di imprese crescerebbe del 30-40% rispetto ad oggi considerando anche le aziende che non fanno utili, oggi escluse dal sistema dei maxiammortamenti, e quelle agricole che potrebbero beneficiare del bonus sui loro beni strumentali. Ci si aspetta anche maggiore trasparenza in termini di controllo degli investimenti.

Questa nuova misura si affiancherà al credito di imposta per gli investimenti in ricerca e sviluppo (valido anche per il 2020) e al credito di imposta per la formazione 4.0 (che sarà prorogato con la manovra). Il primo di questi due strumenti sarà ampliato con l'estensione alle spese di innovazione (come definite dal "Manuale di Oslo") e a quelle per il design.

Il bonus formazione, invece, sarà semplificato nella parte che più ne ha limitato il successo fino ad oggi, ovvero l'obbligo di firmare accordi sindacali, aziendali o territoriali. Inoltre, l'agevolazione dovrebbe essere ampliata alle spese per docenti e formatori mentre oggi è calcolata solo sul costo orario del personale impegnato nell'attività di formazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**VERSO LA MANOVRA**

**1**

**IL NUOVO SISTEMA**

**Premio alle spese eco-sostenibili**

**Le fasce diventano 3**

Gli investimenti "green" sono uno dei tre grandi capitoli in cui si articolerebbe il nuovo credito di imposta. Il 40% per le spese verdi potrebbe essere l'aliquota più alta, il 6% quella più bassa riservata agli investimenti per l'ammodernamento ordinari attualmente coperti dal superammortamento. Tra le due un' aliquota intermedia, per gli investimenti in macchinari e apparati funzionali all'ammodernamento digitale ed hi-tech (oggi coperti dall'iperammortamento)

**2**

**I VECCHI STRUMENTI**

**Si cambia su R&S e formazione 4.0**

**Entra l'«innovazione»**

Il bonus R&S sarà ampliato con l'estensione alle spese di innovazione (come definite dal "Manuale di Oslo") e a quelle per il design. Il bonus formazione, invece, sarà semplificato nella parte che più ne ha limitato il successo fino ad oggi, ovvero l'obbligo di firmare accordi sindacali, aziendali o territoriali. Inoltre, l'agevolazione dovrebbe essere ampliata alle spese per docenti e formatori mentre oggi è calcolata solo sul costo orario del personale impegnato nell'attività di formazione

**Scatta l'estensione delle agevolazioni ai beni strumentali acquistati dalle imprese agricole**



**Stefano Patuanelli.** Il nuovo piano sarà al centro del tavolo "Transizione 4.0" che il ministro dello Sviluppo convocherà a fine mese

## Il rapporto Bain per Farmindustria

# Dai Cdo ai team di analisi dei dati: le skill digitali nelle farmaceutiche

**Marzio Bartoloni**

Il vento di industria 4.0 soffia forte anche tra le aziende farmaceutiche che hanno imboccato da tempo la svolta digitale. Una svolta che richiede sempre di più skill e competenze che le imprese del farmaco cercano sul mercato. Come? «Dalla partnership con aziende native digitali alla creazione di divisioni di specialisti, con recruiting interno ed esterno di competenze», avverte un report di Bain & company realizzato per Farmindustria che accende i riflettori proprio sulla «Definizione dei nuovi profili professionali necessari ed emergenti per la gestione della digitalizzazione dell'industria farmaceutica».

«Questo report - spiega il presidente di Farmindustria Massimo Scaccabarozzi - conferma il fatto che le nostre aziende sono già avanti nel percorso di digitalizzazione. Non è un caso che diverse imprese cerchino i loro Chief digital officer in aziende tecnologiche e informatiche così come altre figure tecniche che una volta assunte diffondono il loro know how all'interno».

Di sicuro c'è che il continuo impatto di nuove tecnologie sempre più disruptive allunghi ogni giorno la lista delle competenze necessarie con alcune figure, avverte il report, che ormai sono sempre più diffuse.

È il caso appunto del Chief digital officer e delle unità di advanced analytics. Il primo è una figura di coordinamento delle attività digital in azienda, normalmente reclutato esternamente, che può essere collocato in diversi punti dell'organizzazione a seconda del livello di priorità che si intende dare allo sviluppo digital: il Cdo nelle aziende farmaceutiche spesso già lavora a

riporto diretto del Ceo. Le unità di advanced analytics invece sono tipicamente create per sviluppare una maggior consapevolezza delle potenzialità dei big data in diversi ambiti: dalla ricerca dove i dati sono una miniera d'oro alla produzione e commercializzazione dove grazie agli algoritmi si «migliorano l'esperienza del cliente e l'efficienza operativa». Unità queste dove - segnala il report di Bain - operano figure di vario tipo: data architects; data engineers; data scientists; machine learning engineers e business analysts. Ruoli tecnici a cui si affiancano nuove figure come i «digital champion» a cui viene richiesto di promuovere la contaminazione nel digitale o le «Digital academy» che organizzano corsi a risorse selezionate. A completare questa sorta di nuovo organigramma digitale c'è il cyber security expert, una «figura operativa - si legge nel report - responsabile dei protocolli di sicurezza, delle attività di audit e delle strategie di protezione dei dati e degli asset materiali e immateriali dell'azienda (hardware, software e reti)».

Cruciale infine anche «il Digital marketing expert» a cui spetta in particolare la «definizione di strategie di marketing correlate alle attività di comunicazione online (social e reputation), inclusa la definizione dei target customer, selezione dei partner e definizione di strategie di advertising». Il report ricorda inoltre che l'impatto del digitale richiederà anche «l'aggiornamento delle competenze di figure professionali tradizionali». E per questo fronte le imprese del farmaco possono fare affidamento anche sul credito d'imposta per la formazione 4.0 - dal 30

al 50% di sconto delle spese ammissibili - che la nuova legge di bilancio dovrebbe prorogare.

Infine si impongono anche nuovi modelli di business. Player emergenti, nativi digitali (come Google, Apple e Samsung) stanno investendo notevoli risorse nel digital healthcare, con le aziende farmaceutiche che rischiano di lasciargli una fetta di mercato: da qui le possibili partnership con le big tech e i produttori di dispositivi wearable (alcune già avviate) che consentiranno di «allargare l'offerta dai prodotti ai servizi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## LE FIGURE CHE SERVONO

### Chief digital officer

È una figura di coordinamento delle attività e strategie digital

### Team di Advanced Analytics

Sono creati per sviluppare una maggior consapevolezza delle potenzialità dei big data e degli algoritmi in diversi ambiti: dalla R&S alla produzione fino all'commercializzazione

### Cyber security expert

Figura operativa responsabile dei protocolli di sicurezza, delle attività di audit e delle strategie di protezione dei dati e degli asset materiali e immateriali (hardware, software e reti)

### Il Digital Marketing expert

Figura operativa nella definizione di strategie di marketing correlate alle attività di comunicazione online (social e reputation), inclusa la definizione dei target customer, selezione dei partner e definizione di strategie di advertising



**MASSIMO SCACCABAROZZI**  
Presidente  
Farmindustria



# L'Italia è apripista nella sfida del 5G Incognita redditività

## MONDO DIGITALE

Dopo le sperimentazioni nel 2020 l'avvio della partita tra le compagnie

Il percorso del 5G è partito nel 2017 con le prime sperimentazioni pre-commerciale sotto l'egida del Mise sulla banda larga. Ora il futuro è realtà e con la tecnologia disponibile a prezzi sostenibili per gli utenti.

—Rapporto alle pagine 27-30

# Mondo digitale

## L'Italia apripista della sfida 5G con l'incognita della redditività

**Lo scenario.** Dopo la gara delle frequenze la sperimentazione e le prime offerte commerciali, nel 2020 l'avvio vero della partita tra le compagnie

### Andrea Biondi

La location è suggestiva: la Chiesa di San Pietro a picco sul golfo dei Poeti nel Borgo di Porto Venere in Liguria. Ma è quel che succede durante il matrimonio a togliere il fiato. Il padre della sposa, il cardiocirurgo di fama internazionale Francesco Musumeci, si allontana, tra gli sguardi meravigliati di figlia e invitati. Si posiziona per operare a distanza una bambina. Visore di realtà virtuale e due joystick tra le mani saranno gli ingredienti decisivi di questo eccezionale avvenimento. In cui però nulla sarebbe

potuto accadere senza la rete 5G.

Lo spot di Tim va dritto al cuore della questione: la carica innovativa che farà del 5G l'abilitatore di un mondo nuovo, in cui velocità di connessione, altissima capacità di trasporto dei dati e soprattutto i millisecondi di latenza – il tempo di risposta all'impulso – favoriranno chirurgia a distanza, agricoltura di precisione, controllo della staticità degli edifici in zone sismiche. E per una volta l'Italia potrebbe non trovarsi a rincorrere gli altri Paesi.

### L'Italia che fa da battistrada

Il percorso del 5G parte nel 2017, con

l'avvio della sperimentazione pre-commerciale sotto l'egida del Mise sulla banda 3.6-3.8 GHz. Frequenze vengono messe a disposizione delle compagnie telefoniche in cinque aree del Paese: a Milano per Vodafone; a Bari e



Matera per Tim, Fastweb e Huawei; a L'Aquila e Prato per Wind Tre e Open Fiber. Nel frattempo altre sperimentazioni partono in autonomia: Tim a San Marino o anche a Torino con Ericsson e Politecnico; Fastweb con Ericsson a Roma oppure ancora Linkem a Catania e i cinesi di Zte che hanno stabilito a L'Aquila il loro centro di ricerca sul 5G.

Per le sperimentazioni del Mise gli operatori hanno investito 180-190 milioni in uno sforzo che li ha visti coinvolti, ma non in solitaria. La vera svolta del 5G, infatti, si sostanzia non tanto nel miglioramento delle connessioni fra persone, quanto piuttosto nella capacità di far dialogare, con velocità e capacità non sperimentate finora, le macchine fra di loro. Sta lì la chiave di volta, evidente anche nel lavoro comune fra telco e istituzioni, centri di ricerca, Università per agganciare un futuro che promette servizi innovativi anche e soprattutto nel B2B. Il che vuol dire nuovi ricavi per un'industria delle tlc che si sta leccando le ferite dopo anni di scellerata guerra dei prezzi che ha tagliato ricavi e margini.

#### L'asta miliardaria

Sarà anche per agganciare questo treno e questi ricavi che gli operatori non si sono tirati indietro nell'asta per l'assegnazione dei diritti d'uso delle frequenze 5G. In realtà la situazione è forse sfuggita di mano con l'asta, conclusa a ottobre 2018, che ha fatto sorridere lo Stato, ma non le telco che hanno messo

sul tavolo la bellezza di 6,55 miliardi per quelle frequenze. Giusto per dare un'idea, è stato superato di oltre 4 miliardi l'introito fissato in legge di Bilancio. Sarà spalmato fino al 2022, ma comunque sono cifre monstre: si va dai 2,4 miliardi di Tim come di Vodafone, agli 1,2 miliardi di Iliad ai 516,5 milioni di Wind Tre ai 32,6 milioni di Fastweb.

#### Le offerte commerciali

Una parte di queste frequenze, quelle della banda 700, saranno disponibili dal 2022. Quelle 3,6-3,8 GHz, unitamente a quelle millimetriche 26,5-27,5 GHz, sono invece disponibili da gennaio 2019. Intanto il lavoro fatto con le sperimentazioni precommerciali partite nel 2017 ha fatto da traino. E quelli che all'inizio erano numeri su uno schermo, accompagnati da applausi e indicativi della velocità del segnale dopo aver pigiato un bottone, sono diventati applicazioni concrete: gaming, realtà aumentata per l'industria e i musei, telemedicina, telechirurgia. Prove provate, insomma, di quel che può essere l'impatto del 5G. Accanto sono anche state lanciate le prime offerte commerciali retail da parte di Vodafone e Tim. Ancora si tratta di una dimensione confinata agli "early adopters". Ma il 2020 è previsto essere l'anno di cesura, con l'abbassamento dei prezzi medi degli smartphone abilitati. E così, secondo una previsione di EY, si dovrebbe arrivare entro il 2023 a circa 11,3 milioni di

utenti sulle reti 5G: il 13% delle connessioni non machine-to-machine attese a quella data.

#### Lo spartiacque e l'incognita

In questo quadro ci sono uno spartiacque e un'incognita. Il primo è l'asta per le frequenze: un bagno di sangue che ha condotto a un bagno di realtà di cui l'operazione sulle torri di trasmissione fra Tim-Vodafone che puntano a co-guidare Inwit, così come l'intesa fra Wind Tre e Fastweb per fare sinergia sulla realizzazione di una nuova rete 5G, rappresentano un'evidente cartina di tornasole. Il grande punto interrogativo deriva invece dallo scontro fra gli Usa e il colosso delle telecomunicazioni cinese Huawei cui l'amministrazione Trump imputa di essere la *longa manus* di Pechino, con tanto di attività di spionaggio. Accuse rispedito in più occasioni al mittente dalla telco di Shenzhen, ma il tema dell'opposizione degli Stati Uniti e del pressing sui Paesi alleati sta tenendo banco, come durante la visita del segretario di Stato Usa Mike Pompeo in Italia e l'avvertimento a "fare attenzione" su reti e forniture 5G. La disciplina del golden power, puntellata dal decreto sulla cybersecurity, è segnalata dal Governo come baluardo contro certi timori. Operatori e la stessa Huawei mettono però in guardia da maglie troppo strette che significherebbero perdere tempo e denaro. Proprio l'opposto della ratio del 5G.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Non solo privati, la velocità di connessione sarà decisiva per le macchine: industria, agricoltura e medicina ne avranno i maggiori benefici**



**Nuove frontiere.** Matteo Trimarchi, otorinolaringoiatra del San Raffaele, in collaborazione con l'Istituto italiano di tecnologia (Iit) e in diretta dal Vodafone Village a Milano, ha eseguito con il 5G il primo intervento italiano a distanza di microchirurgia laser su un modello artificiale come se fosse in sala operatoria

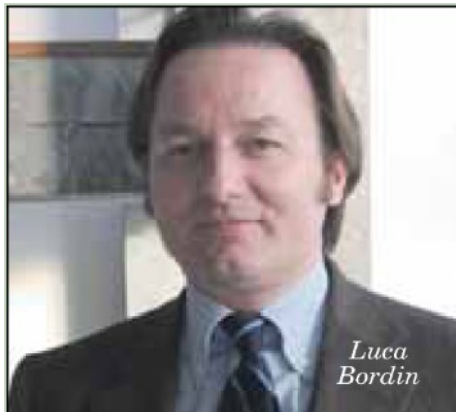
## Nielsen misura l'efficacia degli spot televisivi e online

Misurare l'efficacia delle campagne pubblicitarie su target non solo demografici, ma anche comportamentali. È questo l'obiettivo di Nielsen, che ha arricchito la propria Total Ad Ratings con la possibilità di verificare a posteriori anche i risultati degli spot televisivi e online rispetto a target comportamentali e di consumo. I target saranno identificabili sia dal punto di vista dei consumi mediatici sia delle abitudini di consumo (per esempio, di una marca o una categoria merceologica).

L'aggiornamento del servizio Nielsen Total Ad Ratings consente di facilitare l'ottimizzazione strategica dei piani media, a fronte di una dettagliata conoscenza di se, e come, il target sia stato raggiunto nei diversi punti di contatto pianificati.

«La media fragmentation ha reso la pianificazione pubblicitaria un'attività molto più complessa e analitica», sottolinea Luca Bordin, general manager media sales & solutions della società specializzata in ricerche di mercato e analisi dei dati. «Per i player del settore è indispensabile avere a disposizione dati e insight ben strutturati e dettagliati per poter ideare, lanciare e valutare l'esito di una campagna di advertising di successo. Nielsen Total Ad Ratings risponde a questa esigenza, affiancando l'attività di media planning e permettendo, grazie all'incrocio dei dati relativi ai vari target, di identificare pre e post campagna audience e segmenti ben definiti non solo in termini demografici, ma anche in termini comportamentali».

— © Riproduzione riservata —



# UNA LEGISLAZIONE EUROPEA PER SALVARE L'INFORMAZIONE

## Trasformazioni

Le piattaforme globali online stanno perturbando il modo in cui i contenuti dei media nell'Ue vengono visualizzati, attribuiti e remunerati

di **Tony Hall, Delphine Ernotte Cunci, Ulrich Wilhelm, Thomas Bellut, Marcello Foa e Fabrizio Salini, Rosa Maria Mateo, Noel Curran**

### Futuro

**Il servizio pubblico, fondamentale per la democrazia, va rafforzato e protetto sul web**

**I**n tutta l'Europa la democrazia è in pericolo. Nell'attuale mondo «polarizzato», la crescente sfiducia delle persone nelle istituzioni e l'insidiosa diffusione della disinformazione e dei discorsi incitanti all'odio contribuiscono ad alimentare l'estremismo. Il rapido diffondersi di piattaforme operanti a livello globale in modo non regolamentato diventa, quindi, terreno fertile per la diffusione di messaggi manipolatori, fuorvianti e in grado persino di influenzare il corso delle elezioni.

Noi, leader dei più grandi gruppi mediatici del servizio pubblico europeo (BBC, France Télévisions, ZDF, ARD, RAI, RTVE e European Broadcasting Union), crediamo che le cose non debbano andare in questo modo.

In tutta l'Europa le emittenti di servizio pubblico investono, ogni anno, oltre 18 miliardi di euro in contenuti, la maggior parte dei quali è di origine nazionale o comunitaria. I nostri studi mostrano in modo eloquente come un servizio pubblico forte sia fondamentale per la salute delle democrazie. Dobbiamo, quindi, assicurarci che anche nel mondo online il servizio pubblico sia rafforzato e protetto.

Il nuovo presidente della Commissione Europea Ursula Von der Leyen ha espresso il desiderio di creare un'«Europa adatta all'era digitale». Von

der Leyen ritiene che l'Europa possa raggiungere questo obiettivo «se ci basiamo sui nostri punti di forza e sui nostri valori». In un continente di culture diverse e di prospettive politiche divergenti, è talvolta facile dimenticare che la libertà di parola e l'apertura dei media sono stati valori comuni della democrazia europea.

Ora, proprio questi valori sono in pericolo. Dalla fine della censura in Europa, mai come ora il pluralismo dei media è minacciato. Ma questa volta i censori sono stati sostituiti dagli algoritmi. Le piattaforme globali online hanno cambiato profondamente la maniera in cui le persone fruiscono dei contenuti e stanno perturbando il modo in cui i contenuti dei media europei vengono visualizzati, attribuiti e remunerati. Trovare le modalità per far fronte a un contesto in continua evoluzione, in modo che siano compatibili con i nostri valori e al fine di rafforzare i cittadini europei, è una priorità urgente per i leader europei.

Le trasformazioni nel settore dei media non sono di per sé negative. Stimolano l'innovazione e aprono nuove opportunità per il pubblico e per i creativi. La sfida per noi è che molte piattaforme si sono trasformate da semplici distributori a «gatekeepers», nuovi potenti controllori che decidono cos'è rilevante, come viene mostrato e come possa essere rimosso il contenuto di terzi. Poiché i contenuti generati dal servizio pubblico diventano sempre più difficili da trovare e da identificare, alla fine sono i consumatori a farne le spese, in quanto perdono il contatto

con produzioni di cui si fidano maggiormente, che apprezzano e che ritengono più attendibili.

Perché tutto ciò è importante e cosa ha a che fare con i valori europei?

La Rai fa parte del tessuto sociale, culturale e democratico dell'Italia. È responsabile editorialmente per i contenuti che pubblica, ma è anche governata da un rigido quadro normativo nazionale ed europeo. I gestori delle piattaforme online hanno invece una responsabilità limitata per i contenuti che mettono a disposizione, nonostante l'impatto negativo che questi contenuti possano avere sulla formazione delle opinioni. Questo è solo uno dei tanti squilibri che necessitano di essere corretti.

Combattere la diffusione delle «fake news» e della disinformazione online è di cruciale importanza, ma non è sufficiente a garantire che i cittadini abbiano accesso ad una pluralità di punti di vista. L'Europa ha bisogno di un ambiente online equo e trasparente, basato sul successo della legislazione europea sul GDPR, se vogliamo riuscire ad assicurare una sovranità digitale.

Affinché le persone possano avere accesso facilmente anche online a notizie e a programmi affidabili e di alta qualità, è necessaria una regolamentazione che garantisca l'importanza dei contenuti di valore pubblico su tutte le principali piattaforme. Una chiara e ineludibile riconoscibilità del marchio consentirà, inoltre, ai cittadini di controllare la fonte dei contenuti e di contribuire, in qualche modo, all'inversione del calo di fiducia nei media.



È urgente e necessaria una legislazione che costringa le potenti piattaforme a concedere l'accesso ai dati a loro disposizione, che consentirebbero anche al servizio pubblico di personalizzare i contenuti per soddisfare al meglio le aspettative del pubblico, nel rispetto della normativa sulla protezione dei dati. Ciò porrebbe fine all'attuale situazione in cui noi mettiamo a disposizione i nostri contenuti su piattaforme che traggono ampio beneficio dai dati correlati, ma che in molti casi si rifiutano di condividerli.

Ursula von der Leyen ha ragione nel dire che si tratta di «cogliere le opportunità dell'era digitale entro limiti etici e sicuri». Raggiungere questo equilibrio è una delle sfide più urgenti che il suo team dovrà affrontare nei prossimi anni. Bisogna agire rapidamente e l'Europa ha l'opportunità di affermarsi come leader globale in questo ambito, garantendo al tempo stesso la nostra sovranità digitale e, fondamentalmente, salvaguardando la democrazia europea. Agire troppo lentamente è pericoloso, reagire solo quando ci saremo resi conto di ciò che abbiamo perso potrebbe essere tardivo.

*Direttore generale BBC e*

*Presidente EBU*

*Ceo France Télévisions e*

*Vice Presidente EBU*

*Direttore Generale Bayerischer Rundfunk e Presidente*

*ARD*

*Direttore Generale ZDF*

*Presidente Rai*

*Amministratore Delegato*

*Rai*

*Presidente RTVE*

*Direttore Generale EBU*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**TELECOMUNICAZIONI****Presidenza  
Tim, spunta  
l'ipotesi  
Crisostomo****Olivieri** — a pag. 14**TLC****LA SOSTITUZIONE DI CONTI****Fumata nera  
per la presidenza Tim  
Spunta Crisostomo**

Il comitato nomine di Telecom che si è riunito ieri non è stato risolutivo e un'altra riunione dovrà tenersi a ridosso del consiglio già in calendario lunedì 21 ottobre per decidere sulla successione alla presidenza di Fulvio Conti, dimessosi il 26 settembre. A quanto risulta, a tutt'oggi un nome condiviso per la carica di vertice non c'è. Il presidente di Cdp, Massimo Tononi, è stato effettivamente preso seriamente in considerazione. Ma una designazione in quota Cdp, che ha quasi il 10% ma non è ancora rappresentata in cda, avrebbe rischiato di complicare più che agevolare le cose. E comunque è stato lo stesso Tononi a dichiararsi non disponibile. L'ultimo nome finito nel calderone è quello di Michele Crisostomo, avvocato pugliese partner fondatore dello studio legale Riolo, Calderaro, Crisostomo di Milano, già noto per l'ingresso nel cda di Ansaldo Sts nella lista Elliott. In questo caso, dalla sua Crisostomo avrebbe di essere gradito negli ambienti del Movimento cinque stelle. Ma ieri, appunto, la riunione del comitato nomine si è risolta in un nulla di fatto, come era previsto. Teoricamente, il comitato potrebbe limitarsi a vagliare l'indipendenza del candidato da cooptare in consiglio al posto dell'indipendente Conti, un nome che ricoprirebbe la casella lasciata libera nelle fila di Elliott che, all'assemblea dello scorso anno, aveva visto eletti tutti i dieci candidati proposti, aggiudicandosi la maggioranza del board, mentre l'azionista di maggioranza relativa, Vivendi, nonostante il suo 23,94% aveva dovuto accontentarsi dei cinque posti riservati alla "minoranza".

Il problema di Telecom non è però quello delle poltrone, bensì quello di risolvere la questione Open Fiber che trascinerebbe con sé il riassetto dell'azionariato perché Cdp potrebbe scambiare la sua quota nella società sfidante per un

pacchetto ulteriore di azioni Telecom nell'ambito di un progetto industriale che coaguli gli sforzi per la realizzazione di una rete di nuova generazione su scala nazionale. Condizione sine qua non è che si proceda prima con la conversione delle azioni di risparmio Telecom che, diluendo l'azionariato ordinario, permetterebbe a Vivendi e Cdp di raggiungere un accordo in trasparenza senza rischiare di incorrere nell'obbligo di Opa. A parole i francesi si dichiarano favorevoli alla conversione delle risparmio che, tra l'altro, oltre a essere attesa dal mercato da decenni rilancerebbe le prospettive di tornare al dividendo. Le promesse sono però già state disattese in passato da Vivendi. Un impegno in consiglio potrebbe forse costituire una buona premessa. Poiché in prospettiva, una volta raggiunto un accordo, il tacito proposito è quello di riequilibrare la governance, potrebbe anche non avere senso partire da un presidente non esecutivo. Non è escluso perciò che possa essere nominato al vertice un indipendente della lista Elliott già in consiglio oppure che resti la carica all'ex ambasciatore Michele Valensise, indipendente in quota Vivendi, che da consigliere aziano già è vicario. Ad ogni modo, la condizione di base è che il nuovo presidente sia in sintonia con l'ad Luigi Gubitosi e che non sia sgradito ai francesi, per non dover ricominciare tutto da capo.

**—Antonella Olivieri**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**In bilico.** Il cda di Telecom Italia alla ricerca di un nuovo presidente dopo Fulvio Conti



**PRESIDENZA****Rossi verso  
il cda Tim,  
nomina attesa  
per il 21**

(Follis a pagina 3)

**TELECOMUNICAZIONI** CONVOCATO IL COMITATO NOMINE PER I REQUISITI D'INDIPENDENZA**Rossi alla presidenza di Telecom***Sull'ex dg di Bankitalia convergenza  
del gradimento di Elliott, Vivendi  
e Cdp. La nomina è attesa per il 21***DI MANUEL FOLLIS**

**I**l nuovo presidente di Telecom Italia sarà Salvatore Rossi, ex direttore generale della Banca d'Italia. Quello di Rossi era uno dei nomi più caldi nel totonomine degli ultimi giorni, ma via via le candidature degli altri papabili sono andate raffreddandosi mentre sul banchiere i grandi soci di Tim, ossia Vivendi, Elliott e Cdp, hanno trovato una netta convergenza. Ieri si è tenuta una riunione informale nella sede di Telecom, nella quale si è fatto il punto sulla nomina. Salvo sorprese, nei prossimi giorni e a ridosso del consiglio d'amministrazione previsto per il 21 ottobre, verranno convocati i membri del comitato nomine e remunerazione, di cui fanno parte oltre all'amministratore delegato Luigi Gubitosi anche l'attuale presidente pro tempore Michele Valensise, Paola Bonomo, Giuseppina Capaldo e Rocco Sabelli. Il comitato dovrà formalmente valutare il fatto che Rossi goda dei requisiti di indipendenza in vista di un suo ingresso nel board. A quel punto il cda del 21 provvederà alla nomina e all'attribuzione delle relative deleghe. L'ex dg di Bankitalia, stando a quanto si apprende, sarebbe considerato un candidato ideale, trait d'union tra il mondo politico (è stato a lungo considerato un possibile ministro dell'Economia per l'attuale governo M5S-Pd) e quello

dell'economia, senza essere figura ingombrante che si sovrapponga per competenze tecniche all'attuale ceo. Rossi prenderà il posto di Valensise, che si è trovato presidente reggente dopo le dimissioni di Fulvio Conti, che è stato presidente di Tim dal maggio 2018 al 26 settembre 2019. I soci infatti, nel momento in cui Conti ha optato per un passo indietro, non avevano ancora individuato un sostituto. Il primo nome indicato era stato quello di Innocenzo Cipolletta, poi sembrava che gli azionisti fossero convinti di affidare la carica vacante a Massimo Tononi, manager che però si è auto-escluso dalla corsa preferendo non passare dalla presidenza di Cassa Depositi e Prestiti a quella di una partecipata dell'ente. Il titolo, nel frattempo, negli ultimi giorni ha registrato una buona crescita, passando da 0,4942 euro del 2 ottobre al picco di 0,5360 dell'11 ottobre, mentre ieri ha chiuso in ribasso dello 0,6% a 0,5328 euro. (riproduzione riservata)





# Mattarella da Trump per parlare di dazi Ma per gli Usa il nodo resta il dossier 5G

## LO SCENARIO

ROMA Donald Trump vuole parlare di 5G e spese militari. Sergio Mattarella di dazi e Mediterraneo. L'incontro di domani alla Casa Bianca tra i due presidenti cade in un momento molto particolare dell'amministrazione Usa, tra richieste di impeachment e Russiagate - tema che non verrà affrontato nemmeno nella versione italiana - ma anche in una fase di relazioni bilaterali tornate stabili dopo la fine del governo gialloverde.

## LE SFIDE

Turbolenze e stravaganti prese di posizione dell'allora maggioranza che non hanno sfiorato Mattarella che continua ad essere un punto di riferimento per l'amministrazione Usa, come anche confermato dal segretario di Stato Usa Mike Pompeo nel suo recente viaggio a Roma.

Nella nota con la quale qualche giorno fa la Casa Bianca annunciava la visita si legge che Trump e Mattarella discuteranno di come poter «ulteriormente» accrescere i rapporti fra Stati Uniti e Italia e di come «affrontare le sfide della sicurezza e promuovere la prosperità economica». Subito dopo si sottolineava che Trump metterà in evidenza «l'importanza della sicurezza delle telecomunicazioni, soprattutto quella legata al 5G». Mattarella, che nel viaggio in Usa sarà accompagnato dal ministro degli Esteri Luigi Di Maio, avrà modo di fornire a Trump il massimo delle garanzie sull'attenzione italiana alla sicurezza dei dati e, pur confermando la linea di autonomia su questa materia, ricorderà i recenti interventi legislativi contro i rischi di infiltrazione nel 5G. Per l'amministrazione Usa l'argomento è di centrale importanza e il fatto che non perda occasione per sottolineare i rischi di un 5G in mano Huawei e Zte segnala come non consideri chiusa la questione.

Come non è risolto il tema dei dazi americani all'Europa che dovrebbero scattare il 18 ottobre e che potrebbero colpire al-

cuni prodotti di eccellenza del made in Italy. La partita non è ancora chiusa e l'Italia spera, come ha detto proprio Mattarella, che «le misure non vengano applicate», anche se il tema del bilanciamento degli scambi commerciali resta un punto dirimente per l'amministrazione Trump che potrebbe chiedere all'Italia un intervento attivo in sede comunitaria.

L'offensiva turca in Siria è argomento che difficilmente i due potranno evitare anche perché si intreccia con il tema del Mediterraneo, dei profughi e, infine della Libia. «L'Italia è un importante alleato Nato e la chiave per portare stabilità nella regione del Mediterraneo», scrivono dalla Casa Bianca riconoscendo di fatto all'Italia un ruolo da spendere - forse con maggiore incisività - anche nel dossier libico e in vista della conferenza di Berlino.

## I SEGNALI

Il rapporto transatlantico è un perno fondamentale e «indistruttibile» per Mattarella ed è divenuto patrimonio anche dell'attuale governo, come dimostra il rapporto tra Giuseppe Conte e il presidente Usa. Ed è proprio dal governo italiano che Trump si attende segnali concreti anche sulle spese militari e sull'acquisto degli F35. Su questo fronte la presenza di Di Maio potrebbe aiutare a fare chiarezza sulle contorsioni grilline rispetto ad un acquisto che qualche giorno fa il ministro della Difesa Lorenzo Guerini aveva definito «un bisogno oggettivo e non rinviabile».

A Washington Mattarella arriverà stasera, domani l'incontro alla Casa Bianca e il ricevimento organizzato da Trump. Giovedì l'incontro al Congresso con la speaker della Camera Nancy Pelosi, la nemica numero uno di Trump che ha deciso l'avvio dell'indagine sul possibile impeachment del presidente. Dopo Washington Mattarella volerà poi in California, a San Francisco, dove a Stanford parteciperà allo "US-Italy Innovation Forum".

**Marco Conti**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**DOMANI IL COLLOQUIO  
ALLA CASA BIANCA  
POI VEDRÀ LA PELOSI  
LA VICENDA  
DEL RUSSIGATE  
NON È IN AGENDA**



Sergio Mattarella con Donald Trump al Quirinale



## Mediaset prepara il ricorso dopo il blocco spagnolo della fusione

Mediaset intende prendersi tutto il tempo possibile per preparare e redigere il ricorso contro la decisione del Tribunale di Madrid che la scorsa settimana ha deciso di sospendere in via cautelare la fusione fra Mediaset e Mediaset España che avrebbe dovuto portare alla nascita di Mfe. È quanto hanno fatto sapere ieri fonti vicine al dossier che hanno sottolineato come il Biscione abbia un termine di venti giorni a partire dal pronunciamento della corte, avvenuto venerdì 11 ottobre. Da quanto si apprende il gruppo guidato da Pier Silvio Berlusconi è intenzionato a proporre una memoria inattaccabile e in grado di sbloccare l'impasse legale.

La strategia dei francesi non si è limitata all'impugnazione della delibera assembleare di Mediaset España. Sono stati presentati ricorsi contro l'operazione anche in Italia e Olanda, dove dovrebbe avere sede la holding MediaForEurope. In entrambi i casi fonti legali si attendono, salvo sorprese, che i pronunciamenti dei due tribunali possano avvenire nella settimana che inizierà con lunedì 28 ottobre.

Vivendi ha chiesto fra le altre cose al Tribunale di Milano di annullare la deliberazione approvata dall'assemblea straordinaria di Mediaset del 4 settembre con cui si dava il via alla fusione, così come le deliberazioni del cda che hanno impedito a Simon Fiduciaria (che detiene il 19,19% delle azioni dei francesi per decisione dell'Agcom) di votare. Per il futuro, poi, Vivendi chiede ai giudici di dichiarare che è la legittima titolare e può esercitare i diritti connessi alla propria partecipazione nel capitale di Mediaset (9,61%) così come quelli relativi alla partecipazione detenuta da Simon dando istruzioni di voto a quest'ultima. Non solo, Vivendi

chiede al tribunale di condannare Mediaset e Fininvest a risarcire i danni sia genericamente sia «per il pregiudizio causato alla redditività e al valore della partecipazione sociale in Mediaset», responsabilità questa che può sorgere una volta stabilito che la holding dei Berlusconi eserciti attività di direzione e coordinamento su Mediaset, indipendentemente dalla presenza di una partecipazione di controllo o meno.

In seguito alla notizia della sospensione della fusione da parte della Corte di Madrid, venerdì il Biscione ha sottolineato che «Vivendi non fermerà il progetto di espansione europea di Mediaset». Due i dati di fatto, a giudizio del gruppo tricolore, che mettono in dubbio la posizione dei francesi: il primo è «l'assoluta strumentalità delle scelte anti-Mediaset di Vivendi al solo scopo di deprimere il valore di Borsa dei titoli per poi provare ad approfittarne. Un comportamento platealmente strumentale che ribadisce l'intenzione di indebolire Mediaset solo per i propri interessi come già avvenne nel 2016, quando iniziò la scalata ostile su cui tuttora indaga la procura della repubblica di Milano». Il secondo punto è invece «l'influenza notevole che il gruppo francese continua a esercitare su Mediaset in violazione delle leggi italiane e delle delibere in materia dell'Agcom». Proprio per quest'ultimo motivo Mediaset presenterà a breve anche un esposto all'Agcom chiedendo di monitorare se il gruppo francese non stia esercitando una «notevole influenza» su se stesso.

Nonostante la notizia del blocco, ieri il titolo Mediaset è cresciuto di quasi l'1% a 2,669 euro, mentre Mediaset España ha chiuso in sostanziale parità a 5,65 euro (+0,21%).

— © Riproduzione riservata — ■

