

Rassegna del 15/11/2019

Sole 24 Ore	7 Google guida l'assalto alle banche globali - Google guida la carica: Big tech all'assalto delle banche globali	<i>Soldavini Pierangelo</i>	1
Mf	22 Contrarian - Google diventa banca, ormai è il momento di disciplinare il fintech	<i>De Mattia Angelo</i>	4
Sole 24 Ore	28 Fintech, il gruppo Sella lancia Centrico	<i>L.D.</i>	5
Stampa	23 Servizi finanziari via Facebook pagare anche con Whatsapp	<i>Goria Fabrizio</i>	6
Corriere della Sera Milano	7 Aste-truffa, soldi riciclati in bitcoin - Immobili, aste-truffa in rete Il bottino riciclato in bitcoin	<i>Santucci Gianni</i>	7
Repubblica Milano	2 Aste immobiliari in cento truffati grazie ai bitcoin	<i>Carra Ilaria</i>	9
Sole 24 Ore	32 In arrivo nuovi obblighi Iva per le piattaforme di e-commerce	<i>Santacroce Benedetto</i>	10
Riformista	10 Toh, Nike divorzia da Amazon Stufi degli store digitali?	<i>Selvatici Antonio</i>	11
Sole 24 Ore Nord Ovest	8 Intervista ad Alessandro Giglio - Vendite online. Con Giglio le tv della Cina promuovono il made in Italy - «Made in Italy, dopo le tv passo all'e-commerce»	<i>de Forcade Raoul</i>	13
Stampa	18 Innovazione Turismo e capitale umano Parte da Livorno il tour de "La Stampa" - Tecnologia dal volto umano "Così l'Italia vincerà la sfida del turismo"	<i>Abburà Alberto</i>	16
Sole 24 Ore	11 Panorama - Torino, confronto sulle filiere eccellenti e l'innovazione	<i>F.Gre.</i>	19
Stampa	19 Intervista a Giorgio Palmucci - "Oggi la scommessa è puntare sui big data per valorizzare il nostro patrimonio"	<i>ALB.ABB.</i>	20
Sole 24 Ore	32 Il campo d'azione della web tax si restringe in base alle norme Ue	<i>Pennesi Marica</i>	22
Giornale	21 Cardani: «Tim-OpenFiber? Prima spin off della rete O si torna agli anni '80»	<i>Camera Maddalena</i>	23
Italia Oggi	18 Brevi - La piattaforma 5G di Tim al servizio della sicurezza stradale	<i>...</i>	24
Sole 24 Ore	28 Huawei, bonus in arrivo ai dipendenti per premiare la resistenza a Trump	<i>Barlaam Riccardo</i>	25
Sole 24 Ore	22 Bassanini: sì alla rete unica ma non dev'essere sotto Tim - Rete, la ricetta Bassanini: una sola ma non sotto Tim	<i>Olivieri Antonella</i>	26
Messaggero	20 Mediaset e Vivendi trattano la pace per far decollare il polo paneuropeo	<i>Dimito Rosario</i>	27
Giornale	27 Alta definizione - E ora Alexa arriva anche sul telefono di linea fissa	<i>Camera Maddalena</i>	28

Google guida l'assalto alle banche globali

SERVIZI FINANZIARI

**Amazon decisa a seguirla
Aperta una nuova fase,
in campo anche Facebook**

I colossi tecnologici americani lanciano l'assalto al business del credito. Da una parte Google alza il tiro nell'offensiva all'universo bancario tradizionale con la promessa di permettere ai suoi utenti di avere conti bancari a partire dall'anno prossimo. Dal-

l'altra, aspettando l'evoluzione della criptovaluta Libra, Facebook avvia il suo sistema di pagamento, Facebook Pay, che permetterà agli utenti di Messenger, Instagram e WhatsApp di scambiarsi denaro e fare acquisti. Tutto questo mentre Apple inaugura la sua carta di credito insieme a Goldman Sachs e Amazon, già presente nel credito al business con la divisione Lending, punta a espandersi nel *consumer* mediante conti correnti.

Pierangelo Soldavini

— a pagina 7

Google guida la carica: Big tech all'assalto delle banche globali

Servizi finanziari. Big G pronta a lanciare nel 2020 conti bancari, Amazon decisa a seguirla: aperta una nuova fase nel fintech
Aspettando Libra, Facebook lancia il suo sistema di pagamento

**Focus sulle
rimesse:
quest'anno
supereranno gli investimenti esteri verso i Paesi in via di sviluppo**

Pierangelo Soldavini

Quando, ad agosto, Cupertino ha lanciato la sua carta di credito ha messo subito in chiaro che era «*designed by Apple*, non dalle banche», come a prendere le distanze da un mondo ormai superato. Le banche sono rimaste fin dall'inizio fuori dall'ambizioso progetto di criptovaluta di Facebook

e anche gli attori che si erano mostrati disponibili hanno gettato la spugna sotto la pressione delle authority regolamentari di mezzo mondo. Ma intanto, nelle more dell'evoluzione di Libra, il gruppo di Mark Zuckerberg ha avviato il suo sistema di pagamento, Facebook Pay, che permetterà agli utenti di Messenger, Instagram e WhatsApp di scambiarsi denaro e fare acquisti. Ora Google alza il tiro nell'offensiva all'universo bancario tradizionale con la promessa di permettere ai suoi utenti di avere conti bancari a partire dall'anno prossimo.

Dall'altra parte Apple quando inaugura la sua carta deve necessariamente mettersi insieme a un colosso di quello stesso mondo in cui punta a entrare come Goldman Sachs. E, per diventare banca, Google sceglie come partner per il suo progetto - nome in codice "Cache" - Citigroup insieme a

un piccolo *lender* della Stanford University. A dir la verità anche Amazon, già presente nel credito al business con la divisione Lending, punta a espandersi nel *consumer* mediante conti correnti, ma sta ancora trattando con le potenziali banche partner.

Non c'è dubbio che i due mondi - quello dei servizi finanziari come l'abbiamo conosciuto finora e quel Big Tech che ha nella monetizzazione dei dati personali la sua maggiore fonte di business - si stiano studian-



do in una fase di grande trasformazione del comparto. Se infatti i colossi hi-tech non nascondono le mire sulla montagna di informazioni connesse alla transazioni finanziarie, quelle che finora sono rimaste in gran parte dormienti nei *caveau* delle banche, non c'è dubbio che in questo momento abbiano bisogno dei soggetti tradizionali quantomeno per avere un supporto dal punto di vista regolamentare.

Il progetto di Libra ha dimostrato che senza il via libera delle authority finanziarie le ambizioni di Big Tech in ambito bancario rischiano di avere vita breve. Ma non c'è dubbio che lo stesso piano di Facebook per una propria criptovaluta che faccia da architrave di un sistema finanziario globale più efficiente e inclusivo abbia avuto il merito di mettere il dito nella piaga. Nonostante tutto c'è un'ampia fetta di popolazione mondiale ancora esclusa dalla bancarizzazione e dall'accesso al credito. Le criptovalute possono rappresentare una soluzione e lo dimostrano i progetti di valute digitali di diverse Banche centrali: la Bce ci sta lavorando, ma la prima potrebbe essere la Cina, la grande nemica di bitcoin che sarebbe pronta a lanciare una sua criptovaluta entro fine anno.

Ma c'è anche un universo di rimesse che quest'anno per la prima volta supererà il volume di investimenti esteri diretti verso i Paesi in via di sviluppo. Secondo i dati della Banca mondiale è un fiume di 689 miliardi di dollari inviati nei Paesi d'origine da 270 milioni di migranti. Spesso a costo di salate commissioni che, per esempio, Libra promette in buona sostanza di annullare.

Si tratta di un mondo di transazioni che fa gola a nuovi player finanziari che puntano a essere globa-

li. Senza dubbio Big Tech ha il vantaggio di partire con una grossa base di utenti in tutto il mondo, oltre a una grande abilità nell'interfaciarsi con loro. Con i suoi quasi due miliardi e mezzo di utenti attivi, Facebook è l'ultimo dei colossi hi-tech a lanciare il suo sistema di pagamento: Facebook Pay è un servizio basato su carta di credito o Iban che, al pari di quelli di Google, Samsung, Amazon o Apple, permette di fare pagamenti e trasferimenti di denaro direttamente all'interno della app.

Ma adesso il mondo "techfin" - quello dei soggetti che partono dalla loro grande presenza tecnologica per avviare servizi finanziari - sembra pronto a fare un salto di qualità passando dai semplici pagamenti alle attività finanziarie più strutturate. Apple ha iniziato con l'emissione di una carta di credito con proprio brand, da cui potrà ricavare ancora più informazioni rispetto alle semplici transazioni registrate via Apple Pay, anche se ovviamente i due sistemi sono integrati. Da parte sua PayPal, dopo essersi tirata fuori da Libra, si è alleata con Venmo per una propria carta di credito.

Ora Google, forse anche per far passare in secondo piano lo scandalo dei dati di 50 milioni di americani di cui si è impossessata, punta a mettere le mani direttamente sui conti correnti, come anche Amazon. O meglio sui *checking accounts*, una sorta di conti di deposito del mondo anglosassone con funzionalità più limitate (bonifici, pagamenti, risparmio) rispetto ai tradizionali conto correnti, sui quali i limiti regolamentari sono più laschi. Ma che portano in dote una quantità ben maggiore - e di valore enorme - di informazioni sui profili finanziari degli utenti: non solo le abitudini di acquisto, ma il livello

di entrate, la propensione alla spesa, il profilo di investimento e di risparmio, sul quale poter costruire servizi ad alto valore aggiunto.

Tanto più che oggi l'*open banking* permette di costruire da zero in maniera semplice funzionalità nuove anche per attori estranei al mondo finanziario. La nuova direttiva europea Psd2, ormai a pieno regime da un paio di mesi, ha fornito le basi regolamentari uniformi per un nuovo mondo in cui gli attori si possono scambiare i ruoli in maniera molto agile: le piattaforme di *open banking* che si stanno sviluppando anche in Italia offrono Api, software che permettono di far comunicare sistemi differenti, che abilitano funzionalità bancarie complesse in tempi brevi.

Accanto al "techfin", le banche si trovano a dover affrontare la concorrenza di società fintech molto specializzate su singoli servizi. Allo stesso tempo possono beneficiarne portando in case le loro competenze. Le nuove *challenging bank* -, da N26 a Revolut, da Monzo a Starling, ma anche un esempio italiano come *illimity* - nascono proprio con una struttura da "banche piattaforma" che costruiscono un bouquet di offerte sulla base di un servizio iniziale. Che di solito è una semplice carta di debito sulla quale vengono poi aggiunti servizi più strutturati. Ne è un esempio Revolut che ha avviato un'espansione internazionale a tappe forzate - già sbarcata a Singapore come ponte verso l'Asia e in Australia, entro fine anno arriverà negli Usa - con modalità molto semplici: una app, una carta inviata a casa e una banca locale come partner. Con una struttura così agile l'obiettivo di cento milioni di utenti in cinque anni non sembra poi così utopica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IN CIFRE

689 miliardi \$

Il valore delle rimesse

Secondo i dati della Banca mondiale, il flusso delle rimesse verso i Paesi d'origine è un fiume che vale 689 miliardi di dollari.

270 milioni

Le persone

Il flusso delle rimesse, sempre secondo la Banca mondiale, interessa 270 milioni di persone.

2,5 miliardi

Utenti attivi

La galassia Facebook conta su quasi due miliardi e mezzo di utenti attivi a livello globale.

898 milioni \$

La capitalizzazione di Google

Alphabet, la holding a cui fa capo Google, capitalizza quasi 900 milioni di dollari: da inizio anno il titolo segna un rialzo del 24,5 per cento.

LE MOSSE DEI COLOSSI TECNOLOGICI



FACEBOOK

A giugno ha lanciato la sua sfida con il progetto di criptovaluta globale che facesse da base per un nuovo sistema finanziario globale, più efficiente e inclusivo. L'opposizione delle autorità finanziarie e politiche in tutto il mondo ha indotto i colossi finanziari, da Visa a Mastercard, da PayPal a Stripe, a ritirarsi. Ora Mark Zuckerberg rilancia con il suo sistema di pagamento, Face book Pay: i quasi due miliardi e mezzo di utenti potranno fare acquisti e scambiarsi denaro sulle diverse applicazioni, Messenger, Instagram e WhatsApp



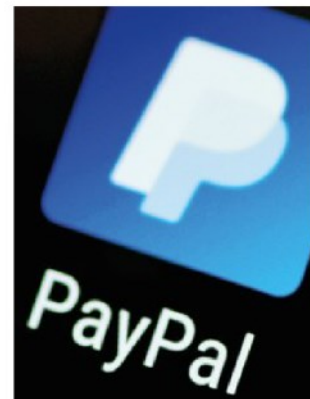
APPLE

Apple è stata una delle prima hi-tech a lanciarsi nei pagamenti: l'applicazione Apple Pay trasforma lo smartphone in un sistema di pagamento agile e semplice, basandosi sulla carta di credito. Lo scorso agosto la Mela di Cupertino ha rilanciato l'offensiva con una carta di credito a proprio brand, in partnership con Goldman Sachs. L'obiettivo è ampliare le informazioni di carattere finanziario rispetto ai semplici pagamenti: livello di entrate, propensione di spesa, profilo di investimento e risparmio.



AMAZON

Jeff Bezos sta ancora cercando un partner per il suo ingresso in grande stile nei servizi finanziari. Ma anche Amazon è intenzionata a seguire Google per entrare nel mondo bancario retail con l'offerta di checking account, sorta di conti di deposito con funzionalità più limitate rispetto ai tradizionali conti correnti. Amazon è già attiva nel credito alle aziende, a quelle che hanno i loro negozi sulla piattaforma di e-commerce, di cui hanno già tutte le informazioni di credit scoring.



PAYPAL

PayPal è stata la prima fintech a conquistare un suo spazio nel mondo finanziario tradizionale con la sua soluzione di pagamento online via carta di credito, senza però far circolare sul web i dettagli della carta. Così ha conquistato un pubblico al quale ha poi offerto servizi più strutturati, sempre legati ai pagamenti, anche fisici. Un mese fa ha annunciato una partnership con Synchrony Financial per il lancio di una carta di credito con il brand della sua controllata Venmo, famosa per i "like" e i commenti sulle transazioni dei suoi 40 milioni di utenti.



Obiettivi banca. Google pronta a lanciare il prossimo anno i propri conti corrente bancari

CONTRARIAN

GOOGLE DIVENTA BANCA, ORMAI È IL MOMENTO DI DISCIPLINARE IL FINTECH

► Da tempo sosteniamo su queste colonne la necessità che si progetti un'ideale regolamentazione per le Big tech che intendano intervenire nel settore finanziario e bancario, fino all'eventualità che esse ritenessero di incamminarsi verso la richiesta della licenza bancaria. La motivazione è ovvia. Le ingenti risorse di cui esse dispongono, già con l'ingresso in sia pur limitati comparti dell'attività bancaria, fanno sorgere un problema di concorrenza tra soggetti che non hanno parità di obblighi e di opportunità. A livello europeo dove si pretende di adottare una normativa per le banche assolutamente capillare (ma poi non si pensa di sanare difformità, per giurisdizione, di specifiche regolamentazioni, per non dire dell'attività autorizzativa e di controllo che appare obbedire al metodo dei due pesi e due misure, come dimostra la vicenda della tedesca NordLb) non si è ancora entrati *in medias res* nelle decisioni da assumere per questi colossi del web. Si parla, nei convegni, di frequente del fintech, ma siamo ancora ai preliminari: concrete scelte non appaiono (ancora) alle viste. Ora il caso Google che, in collaborazione con Citigroup e Stanford Federal Credit Union, si accinge a offrire la possibilità di aprire conti correnti avanzando in un settore che si può dire riservato fin qui alle banche, pone in maniera ineludibile il problema della regolamentazione e del controllo di questi colossi, sotto il profilo della Vigilanza bancaria e finanziaria, di quello fiscale nonché di quello dell'antitrust, quando svolgono funzioni della specie, che vanno al di là del sistema dei pagamenti. Naturalmente, non siamo ancora all'assunzione di una veste di banca in senso stretto; tuttavia si tratta dell'ingresso in un comparto che potrà avere poi ulteriori importanti sviluppi. Già qualcosa di più avanzato si sta facendo in Irlanda in materia di conti di pagamento. Non è pensabile, dunque, che si decida di intervenire «a buoi usciti dalla stalla» dopo avere rilevato come le puntate nel campo finanziario di questi organismi dotati

di risorse ingenti siano frequenti, a cominciare da Facebook che si sta cimentando, sia pure con difficoltà, con il dare vita a Libra. Si afferma da alcuni che il vero intento dei Big tech non sia tanto quello di un ingresso pieno nel campo bancario, quanto il conseguimento, attraverso operazioni quale quella sui conti correnti, dell'accrescimento della disponibilità di dati. Sicuramente, questa finalità sussiste, ma non è esaustiva. È difficile presumere che offrire conti correnti abbia l'unico scopo di accrescere l'enorme base-dati posseduta per finalità connesse ai compiti propri. Ci sarà pure questo intento, ma non è esclusivo e, comunque, in presenza delle differenti ipotesi che si formulano, non si può attendere ancora per verificare quale di questa si approssimi al vero e poi decidere se intervenire o no con la leva normativa. Poiché si deve elaborare un *corpus* di regole generali e astratte, allora è bene intervenire, a livello europeo, sin d'ora.

L'*optimum* sarebbe un indirizzo a livello internazionale che non dovrebbe vedere contrari gli Usa che da un po' di tempo manifestano preoccupazioni per lo sviluppo in campi non propri dell'attività di questi soggetti. Ma, in ogni caso, l'Unione non può rimanere a osservare oppure limitarsi a promuovere approfondimenti senza sbocchi; c'è un problema di tutela del risparmio che non può essere trascurato, oltre a quelli sopra richiamati. L'intervento è l'occasione anche per una generale disciplina, non certo dirigistica ma necessaria, per il fintech. (riproduzione riservata)

Angelo De Mattia



Fintech, il gruppo Sella lancia Centrico

OPEN BANKING

Il gruppo bancario vara un polo per l'innovazione: primo accordo con Illimity

Il gruppo Sella continua a investire sul fronte dell'innovazione e del fintech. E dopo aver lanciato Fabrick, piattaforma aperta alla collaborazione tra banche, corporate e Fintech nell'ambito nel quadro dell'open banking, ora vara una nuova società in cui raggruppa la propria infrastruttura tecnologica per offrire servizi specializzati ad altre banche. Centrico, questo il nome della nuova realtà, fornisce soluzioni di core e digital banking e una gamma di servizi di information technology e outsourcing sia alle società del gruppo, sia a banche, fintech e altri operatori finanziari. Tra queste, da segnalare già una prima collaborazione stretta con Illimity bank, la challenger bank di Corrado Passera, che utilizza il sistema di core banking di Centrico. La nuova società, guidata da Fabrizio Moscone, conta su oltre 1.200 persone nelle tre sedi operative di Biella, dove sono basati i centri elaborazione dati del gruppo, di Chennai in India e a Galati in Romania. Grazie al proprio sistema aperto che può essere adattato al modello di business dei clienti, Centrico conta di offrire servizi informatici, tecnologici e amministrativi ad altri operatori per supportandoli nel loro processo di innovazione e crescita.

— L.D.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In Usa il social network lancia Pay: integrerà anche Instagram. Dubbi sulla sicurezza dei dati Tiepida Wall Street, ma la vera sfida resta Libra, la criptovaluta che ancora stenta a decollare

Servizi finanziari via Facebook per pagare anche con Whatsapp

IL CASO

FABRIZIO GORIA
TORINO

«Semplificare i pagamenti». Questo è lo slogan usato da Facebook per lanciare il suo nuovo servizio Pay. Quattro app per un unico sistema: Facebook, Messenger, Instagram e WhatsApp. Diverse le questioni di investitori e risparmiatori, dalla sicurezza dei dati alla potenzialità effettive di un nuovo attore di mercato. Soprattutto perché si tratta del passo preliminare del fondatore di Fb, Mark Zuckerberg, per il lancio della sua criptovaluta, Libra, che finora non ha trovato appoggi da Wall Street.

Nella sede di Facebook a Menlo Park, tutti gli sforzi sono dedicati alla prossima sfida: quella dei pagamenti elettronici, prima, e quella delle valute digitali, dopo. Un aspetto che potrebbe mutare la vita ai 2,4 miliardi di utenti attivi del social network di Zuckerberg. L'obiettivo è il contrasto a due colossi globali come Transferwise e PayPal, che gestisce anche Venmo, utilizzato in larga misura dai Millennial americani. Ma anche a realtà più ristrette, come Apple Pay, Google Pay e Samsung Pay, ovvero i tre sistemi più presenti sui telefonini di ultima generazione.

I punti di forza per gli uten-

ti, secondo Facebook, sono due. Da un lato, la facilità d'uso. A differenza di altri sistemi, come Google Pay, funziona con tutte le carte di debito e di credito. Dall'altro, c'è la piena integrazione in quattro applicazioni. Esempio: se una persona vede un annuncio pubblicitario su Instagram, può comprare il prodotto in questione con Fb Pay. Stesso discorso sia per i post commerciali su Facebook sia per il mercato interno della compagnia di Zuckerberg sia per le raccolte fondi benefiche. O, ancora, come per Venmo, dopo una cena tra amici si può dividere il conto tra gli astanti. Ma non solo. Uno dei campi dove vuole entrare Facebook è quello degli eventi musicali e sportivi, iniziando dagli Stati Uniti. Tramite Pay, infatti, sarà possibile prenotare biglietti, un fattore considerato cruciale da Menlo Park. Il tutto senza commissioni e con la conversione tra valute diverse in tempo reale.

Un altro aspetto da tenere in considerazione è quello della sicurezza. Secondo Facebook, Pay sarà dotato di uno dei più avanzati sistemi di crittografia, ma diverse riviste americane del comparto tecnologico hanno già avanzato timori per il modello di accesso. Ovvero, con un unico account sarà de facto possibile gestire quattro diverse applicazioni, tramite i login condivisi. Facile e comodo per gli utenti, ma complica-

to da gestire qualora si smarrisca il telefono.

Sul versante finanziario, il responso degli investitori alla notizia di Fb Pay è stata tiepida. Così come era stato per Libra, abbandonata da Ebay, Mastercard, PayPal e Visa, anche nel caso di Pay ci sono dubbi sull'efficacia dell'operazione. Come rimarcato dalla banca californiana Wells Fargo, «gli attuali sistemi di pagamento sono rodati e conosciuti, mentre la reputazione di Facebook è in calo, sia per il caso Cambridge Analytica sia per il problema della diffusione delle fake news». La reazione del titolo a Wall Street è stata tiepida, con un rialzo del 2,5% dopo l'annuncio, seguita però da una contrazione nei due giorni seguenti. Deborah Liu, vice presidente di Fb con delega al mercato digitale e al commercio, ha specificato che Pay e Calibra, il portafoglio digitale per la divisa virtuale di Fb, saranno separati. Ma, sottolinea Wells Fargo, l'architettura tecnologica sarà la stessa. L'impressione è che l'integrazione sia solo questione di tempo. Ed è questo ciò che preoccupa gli analisti. —

© BY NONGALDUNI DIRITTI RISERVATI



LE INCHIESTE

IMMOBILI ONLINE

Aste-truffa,
soldi riciclati
in bitcoindi **Gianni Santucci**

Una centrale di riciclaggio con base a Napoli nella quale sono confluiti gli acconti accumulati attraverso aste giudiziarie inesistenti. Una rete di truffatori simulava le aste e incassavano gli anticipi, i riciclatori spostavano il denaro attraverso molti conti

correnti fino al passaggio ultimo della «ripulitura» del denaro, l'acquisto di *bitcoin* attraverso una grande piattaforma di *trading* statunitense. L'inchiesta della Polizia locale è partita a metà 2018 con le prime quattro denunce di persone truffate. Perquisiti (l'11 novembre a Napoli) e indagati i «riciclatori».

a pagina 7

Immobili, aste-truffa in rete Il bottino riciclato in bitcoin

Acconti del 10 per cento e poi il nulla. Un centinaio di raggirati, tre indagati

Il neonato riposava nella culla, sotto il materasso erano sistemati i soldi. L'indagine appena chiusa dalla Polizia locale rimbalza tra contanti «sporchi» recuperati in un paio di appartamenti a Napoli (alla Sanità e San Carlo all'Arena), le finte aste giudiziarie per immobili di Milano e le transazioni in moneta virtuale su una piattaforma statunitense. Un circolo criminale ricostruito in tutti i passaggi: dalla truffa, agli spostamenti di denaro, fino al riciclaggio, l'opera finale di pulitura del denaro che ha mostrato in questo caso i «nervi scoperti» del sistema delle criptomonete, come sottolineato dal procuratore aggiunto Eugenio Fusco. Un fenomeno «da non criminalizzare perché assolutamente lecito», ha aggiunto il magistrato, ma sul quale da tempo puntano l'obiettivo varie direzioni antimafia.

L'inchiesta milanese (un centinaio di truffati, un giro d'affari sporchi da 2,7 milioni di euro, circa 250 mila euro sequestrati tra contanti, Rolex e bracciali) è iniziata a metà

dell'anno scorso con quattro denunce. Quattro persone che hanno «abboccato» a una truffa on line: alcuni siti replicavano alla perfezione le offerte di vendita di appartamenti attraverso aste giudiziarie (corredati da planimetrie, documenti catastali, fotografie, provvedimenti dei giudici); seguendo le indicazioni dei siti, le persone versavano il 10 per cento del prezzo che avrebbero voluto offrire; gli acconti finivano però sui conti correnti gestiti dai truffatori e le aste, si scopriva dopo, non esistevano. È da queste denunce che gli investigatori dell'Unità centrale polizia giudiziaria della Polizia locale, con il coordinamento del pm Carlo Scalas e l'aiuto del gruppo della Banca d'Italia appoggiato in Procura, hanno iniziato a tracciare i rapidi movimenti di denaro su una serie di conti intestati a persone inconsapevoli (gli era stata rubata l'identità), dall'Italia ad altri Paesi europei, per approdare infine all'acquisto di *bitcoin* su una delle principali piattaforme di *trading*. A quel

punto il denaro si riteneva «lavato», e dunque i *bitcoin* venivano scambiati o ri-monetizzati, anche con investimenti in centri scommesse.

Dietro la «lavatrice» ci sono i tre ragazzi napoletani ai quali, durante le perquisizioni dell'11 novembre, gli investigatori hanno sequestrato anche computer, tablet, telefoni, carte bancarie, conti correnti. Due uomini e una donna, 30, 32 e 24 anni, con alle spalle molti precedenti per truffa, riciclaggio, ricettazione e contraffazione. Le indagini hanno ora l'obiettivo di capire quale sia la rete che ha usufruito dei servizi di quella centrale di riciclaggio, e anche eventuali punti di contatto con la criminalità organizzata. Il comandante della Polizia locale Marco Ciacci e la vice sindaco Anna Scavuzzo hanno messo in guardia dal «rischio di truffe».

Gianni Santucci

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La frode



● La polizia locale guidata da Marco Ciacci (foto) ha svolto l'indagine sulle truffe

● Indagati tre giovani napoletani con precedenti per ricettazione e riciclaggio

La parola

BITCOIN

Con «Bitcoin» si indicano la una criptovaluta e l'omonimo sistema di pagamento mondiale creato nel 2009. Il sistema Bitcoin si basa su un database e mezzi di crittografia attraverso i quali è possibile tracciare transazioni, generare moneta e assegnarla ai proprietari.

OPERAZIONE "CRYPTO"

Aste immobiliari in cento truffati grazie ai bitcoin

**Gli anticipi versati online
ai mediatori fatti sparire
attraverso complesse
operazioni finanziarie
Tre persone denunciate**

di **Ilaria Carra**

Soldi truffati a clienti in buona fede attraverso finte aste immobiliari ben orchestrate. E ripuliti con la compravendita di criptovalute. Sono più di un centinaio le vittime di questo sistema di riciclaggio di profitti molto abile nello sfruttare «i nervi scoperti» del fenomeno delle monete virtuali, come emerso nell'operazione "Crypto", una delle prime del genere scoperte finora. Anche grazie all'aiuto della task force milanese della Banca d'Italia.

L'indagine, coordinata dal pm Carlo Scalas e dal procuratore aggiunto Eugenio Fusco ed eseguita dalla polizia locale comandata da Marco Ciacci, è iniziata più di un anno e mezzo fa. Per ora ha portato a tre indagati per truffa, riciclaggio e abusivismo finanziario, ma altri accertamenti sono in corso e il sospetto è che la rete sia più ampia. Si tratta di due uomini, di 30 e 31 anni, e

della sorella di uno di loro, 24 anni, italiani, incensurati, redditi mai dichiarati e residenti nel Napoletano.

È nelle loro case che sono stati sequestrati 300 mila euro di proventi illeciti: 135 mila in contanti nascosti sotto il materasso della culla del neonato di uno degli indagati, e poi vari Rolex, un bracciale Cartier, diamanti, una moto. Oltre alle strumentazioni elettroniche utilizzate nei reati, dai tablet alle carte di credito, di debito, prepagate e postepay. L'indagine nasce dalle denunce di cittadini – tra i quali molti lombardi – incappati in truffe online. Decine di persone attratte da prezzi vantaggiosi di case che hanno versato 20 mila euro di anticipo per partecipare a un'asta giudiziaria, rispondendo a falsi annunci pubblicizzati su siti riconducibili a studi legali rivelatisi poi inesistenti, con tanto di perizie e planimetrie. Una volta fatto il bonifico, gli interlocutori – mai visti dal vivo – sono spariti e i siti sono stati disat-

tivati. I bonifici venivano fatti su conti correnti intestati in realtà a soggetti inesistenti o a loro volta vittime di un furto d'identità (con phishing). A quel punto il flusso di denaro veniva trasferito su altri conti intestati a familiari o prestanome degli indagati. Un volume di affari di oltre 2,5 milioni che dopo vari giri confluiva su un unico conto e da qui canalizzato su piattaforme di acquisto di bitcoin, specie sulla nota Kraken. Criptovalute poi rivendute dagli indagati in qualità di cambio valute. Una volta ripuliti, i soldi venivano reinvestiti in attività come centri scommesse. Truffe in cui «non solo chi fa trading spinto ma chiunque può incappare» avverte la vicesindaca Anna Scavuzzo assieme agli investigatori. Che rimarcano «i nervi scoperti» del fenomeno delle monete virtuali («da non criminalizzare perché in sé lecito») come la mancata identificazione dell'intermediario che ha convertito i soldi in bitcoin, come invece impone la normativa.



▲ **Il bottino** Parte dei soldi era nascosta sotto il materasso



BRUXELLES

In arrivo nuovi obblighi Iva per le piattaforme di e-commerce

Ok del Parlamento Ue alle modifiche alla direttiva che andrà in vigore dal 2021

Benedetto Santacroce

Nuovo importante passo in avanti per il pacchetto legislativo Iva sul commercio elettronico che dovrà essere operativo in tutti gli Stati membri il 1° gennaio 2021.

Il parlamento europeo ha concluso ieri l'iter della procedura di consultazione, approvando gli emendamenti alla direttiva Iva (2006/112/CE) che erano stati formulati dalla Commissione europea con la proposta di direttiva dell'11 dicembre 2018 (documento COM (2018) 819 finale).

Con questa proposta la Commissione si proponeva di rendere più semplici le misure introdotte dalla direttiva 2017/2455/UE, per le piattaforme che facilitano le transazioni di commercio elettronico realizzate da soggetti passivi non stabiliti nell'Ue verso consumatori finali nell'Ue.

In effetti, le autorità di Bruxelles allo scopo di combattere il fenomeno dell'evasione Iva che deriva dalle cessioni di beni a distanza che vengono realizzate B2C da soggetti cedenti non soggetti passivi d'imposta nell'Ue ha previsto con la direttiva 2017/2455 che dal 1° gennaio 2021 le piattaforme elettroniche (quali Amazon o Alibaba), facilitando le vendite a distanza di beni importati da Paesi terzi di valore inferiore a 150 euro o per le cessioni

intracomunitarie, diventano al tempo stesso acquirenti e cedenti dei beni con obbligo su di loro del pagamento della relativa Iva.

In pratica, la cessione viene divisa in due cessioni la prima tra il cedente non residente e la piattaforma (soggetto passivo Iva in Ue) e la seconda tra la piattaforma stessa e il cliente finale.

L'Iva correlata viene assolta dalla piattaforma con il regime speciale dell'Oss (one shop stop) versando nello Stato di stabilimento della piattaforma l'Iva dei paesi Ue dei singoli cessionari.

La consultazione appena conclusa dà il suo parere favorevole, alle modifiche proposte dalla Commissione europea che prevedono:

- l'estensione del particolare regime speciale alle cessioni nazionali che le interfacce elettroniche dovrebbero fare per le scorte detenute dai soggetti non residenti in un determinato Paese nel caso in cui tali beni fossero cedute nel medesimo Stato membro;
- l'esenzione della cessione B2B dal cedente non soggetto passivo in Ue alla piattaforma elettronica con il diritto per tale cedente di detrarre l'Iva versata a monte per l'acquisto o l'importazione dei beni ceduti.

Le due modifiche rivestono una particolare importanza perché, pur semplificando gli adempimenti dell'interfaccia elettronico, non rinunciano alla corretta applicazione dei principi Iva e consentono la riscossione dell'imposta relativa alle singole transazioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Toh, Nike divorzia da Amazon

Stufi degli store digitali?

→ **L'azienda americana ha motivato l'addio alla piattaforma sostenendo che è necessario ritrovare un rapporto più diretto e personale con i clienti**

Il modello web è diventato opprimente per ogni acquisto cediamo pezzi di libertà

Antonio Selvatici

Così le cronache economiche: la Nike dice addio ad Amazon. Punterà sui propri canali di vendita on line o diretti. Non sappiamo quali siano le vere ragioni che hanno indotto il nuovo amministratore del gigante delle scarpe sneaker ad abbandonare la creatura di Jeff Bezos. Così un portavoce della società: «Nell'ambito degli sforzi di Nike per migliorare l'esperienza dei consumatori attraverso una relazione più diretta e personale, abbiamo deciso di terminare l'attuale programma pilota con Amazon Retail». La collaborazione tra i due colossi è stata breve: è durata solo due anni. È difficile immaginare le ragioni che spingono un grande marchio ad abbandonare la grandiosa macchina Amazon. Una creatura tecnologica così importante tanto che Amazon web service, con la sezione dedicata di *cloud computing*, viene sempre più utilizzata negli Stati Uniti dalla politica. Difficile immaginare una tale frattura ora che in poco tempo il potere si è spostato dalla produzione agli intermediari, ora che la mediazione tecnologica influisce sia i mercati che i rapporti sociali. Amazon, Alibaba, Expedia, Facebook, Booking, WhatsApp e tanti altri sono diventati i principali attori della dipendenza tecnologica, favoriscono e inducono alla vita on line rispetto a quella offline. Siamo tutti tecnologicamente e volontariamente intrappolati, siamo a tutti gli effetti membri della società dei consumatori, abbiamo, più o meno consapevolmente, sacrificato parte della nostra libertà

personale per avere libertà di scelta e di comunicazione. Il confine tra privato e pubblico si è drasticamente assottigliato. Un buon motore di ricerca rende possibile ciò che fino a poco tempo fa era impossibile: possiamo acquistare qualsiasi prodotto ci venga in mente, sono stati abbattuti i tabù merceologici e geografici. In ordine cronologico prima abbiamo assistito alla globalizzazione della finanza: facilmente potevamo e possiamo acquistare e vendere un bene immateriale (azioni o partecipazioni in fondi d'investimento o micro fette di debito pubblico) in qualsiasi parte del globo si trovassero. Poi è arrivata la globalizzazione della merce. La quale era già abituata a scansionare e monitorare i consumatori attraverso mezzi meno tecnologici: le carte fedeltà, le carte di credito, i questionari e le raccolte punti. Il salto tecnologico è evidente: ad ogni clic regaliamo dati che serviranno per profilarci, aiutare qualcuno (più probabilmente con l'intelligenza artificiale, qualcosa) ad identificare e costruire con precisione i nostri potenziali bisogni. Cediaamo ad un sarto di cui non sappiamo l'esistenza le nostre misure per farci proporre un irresistibile abito fatto su misura. Lo scambio è volontario: possiamo accedere (apparentemente gratuitamente) ad una incredibile ed inimmaginabile quantità d'informazioni in cambio dei nostri clic. L'area legale di Amazon ha pubblicato una pagina dedicata all'argomento elencando una serie di avvertenze: «Ci fornisci i tuoi dati quando: cerchi prodotti o servizi, effettui un ordine, pubblichi una recensione o compili una lista desideri, scarichi, effettui lo streaming, visualizzi o utilizzi contenuti digitali su un dispositivo o tramite una app e, naturalmente «quando parli con Alexa». Infatti, «con queste azioni potresti fornirci informazioni quali, ad esempio: le registrazioni vocali relative a quando parli con Alexa». Attenti a ciò che dite ad Alexa: venite sentiti. L'insieme dei miliardi di clic attraverso sofisticati software vengono immagazzinati e diventano big data. A loro volta merce da vendere.

Torniamo alla coraggiosa scelta di Nike. Il comunicato citato evidenzia la necessità di una «relazione più diretta e personale» con i consumatori. I mediatori elettronici compiono diversi servizi: certamente rendono trovabile l'introvabile, permettono di soddisfare la voglia di fare un viaggio a basso costo, diffondono la data del compleanno anche a chi più per dovere che per piacere si sente obbligato a fare gli auguri. Ci rendono pigri: la merce arriva direttamente a casa ma, contemporaneamente, ci indicano qual è la palestra più vicina e a minor costo per smaltire gli agi della pigrizia indotta. Manca la «relazione diretta e personale», la gentilezza di una graziosa commessa, il consiglio di un esperto banconista. Insomma, un intermediario umano tra il prodotto e il consumatore, qualcuno (e non qualcosa) in grado di emozionarci e convincerci che proprio quel paio di scarpe va acquistato. Ciò non significa demonizzare la tecnologia riconoscendole a pieno titolo la sua maestosità. Però incuriosisce la scelta di Nike ed induce a domandarci se altri famosi marchi adotteranno una simile decisione così apparentemente controcorrente. Alla fine del secolo scorso dopo anni di orologi giapponesi digitali, si passò a preferire quelli analogici. Le varie Casio e Citizen soffrirono, la Swatch fece fortuna. Così incominciammo ad usare un orologio tecnologico, ma con il movimento circolare delle lancette accompagnate dal caratteristico ticchettio. Ultimamente tante autovetture offrono un contachilometri e un tachimetro digitale, ma con un interfaccia analogica. Forse Nike ha anticipato un nuovo corso? Dopo la rivoluzione un po' di restaurazione?

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In alto

**Amazon è leader dell'e-commerce
Riusciremo mai a tornare indietro?**



Vendite online Con Giglio le tv della Cina promuovono il made in Italy

Alessandro Giglio racconta il passaggio da network televisivo a distributore online di grandi

marchi; le tv cinesi promuovono il made in Italy.

—a pagina 8

«Made in Italy, dopo le tv passo all'e-commerce»

INTERVISTA

Piattaforme web. Alessandro Giglio spiega l'acquisizione di Terashop e il sogno di far impennare il transato online dagli attuali 100 milioni al miliardo

Raoul de Forcade

«La nostra ambizione è diventare i più grandi tra gli italiani nell'esportazione di made in Italy nel mondo e i numeri uno nell'e-commerce in Italia. Ma di fatto, con l'acquisizione di Terashop, riteniamo di aver raggiunto questo risultato». E ora «il sogno» è di far impennare il transato online «dagli attuali 100 milioni di euro a un miliardo, nell'arco di 5-6 anni». Alessandro Giglio, l'imprenditore genovese alla guida di Giglio group, riassume così il progetto che ha portato l'azienda da lui fondata nel 2003 a cambiare, nel giro di una manciata di anni, il core business, passando dal controllo di canali tv satellitari, per lo più concentrati sulla divulgazione del made in Italy, al commercio digitale di prodotti italiani.

Il tutto passando attraverso una "doppia" quotazione in Borsa, caratterizzata dallo sbarco in piazza Affari, nel 2015, sul mercato Aim Italia e poi, nel 2018, il passaggio all'Mta Star. Negli ultimi mesi, la svolta decisiva, con la cessione dell'area media (esclusi i canali tv in Cina, dove il gruppo ha una posizione di leadership) alla spagnola Vertice 360; e poi l'acquisizione della società di e-commerce in outsourcing Terashop (chiusa a ottobre, a un valore complessivo di 2,6 milioni, a fronte dell'emissione di 757 mila azioni Giglio group) e l'allargamento del business sul web al settore food, che si ag-

giunge ai già sviluppati comparti del fashion e del design. A novembre, inoltre, Giglio group ha chiuso un accordo di partnership con Hse24 (proprietaria dell'omonimo canale tv) per la creazione e la gestione del canale e-commerce della società.

Da cosa deriva la decisione di cedere la parte media del gruppo?

Per tanti anni abbiamo raccontato, sui media di tutto il mondo, le eccellenze del made in Italy; il passaggio naturale è stato quello di iniziare a venderlo. E da lì è partita la progressiva concentrazione sulla vendita digitale, e quindi sull'e-commerce. Abbiamo conferito Nautical channel, la parte satellitare che era M-Three Satcom e i canali tv italiani a Vertice 360, a fronte di una nostra partecipazione azionaria, pari al 5,95%, nella società spagnola. Riteniamo che loro, essendo estremamente focalizzati sul settore e con grandi competenze, possano proseguire il cammino da noi intrapreso e condurlo nella giusta direzione, con i giusti sviluppi commerciali. Con la nostra partecipazione, inoltre, noi restiamo comunque legati al comparto e possiamo concentrarci sull'e-commerce.

Avete però tenuto le tv in Cina.

Sì, in Cina la tv prosegue. Lì i social hanno grandi piattaforme video e anche store online: la parte media e quella e-commerce sono perfettamente integrabili. In Cina contiamo una base utenti di 180 milioni di persone, declinati sui vari canali che abbiamo su piattaforme digitali e social. Mentre i nostri contenuti tra-

smessi dalla tv di Stato cinese raggiungono settimanalmente oltre 100 milioni di persone.

Perché l'acquisto di Terashop e l'ingresso nel food?

Terashop era, dopo di noi, la seconda società di e-commerce in Italia. Gestisce, tra l'altro, l'e-commerce del gruppo Mediaset, di McDonald's Italia, di Expert. Poi anche brand della moda come Fratelli Rossetti, e del food, come Fabbri e Cameo. Quello che loro avevano in più rispetto a noi è una piattaforma tecnologica estremamente evoluta, e già con grande esperienza anche nel settore food, nonché uno sviluppo importante nel settore dell'omnicanalità, che consente al cliente, ad esempio, di acquistare in un negozio e poi farsi arrivare il prodotto a casa (il che permette ai negozi di avere meno magazzino e contenere i costi, ndr). Il food, peraltro, è un settore che sta crescendo sull'online del 40% l'anno. Con Terashop e il food vogliamo essere i più grandi esportatori digitali italiani nel mondo di made in Italy. E l'esperienza di Terashop ci sarà utile anche nell'accordo con Hse24, che è importantissimo e ci vede forn-



tori di tutta la piattaforma e-commerce dell'azienda, nonché di importanti volumi di abbigliamento e accessori.

Ma che apporto date ai brand che si rivolgono a voi?

Proponiamo un modello di e-commerce evoluto: partiamo dalla creazione del sito per il brand e arriviamo alla gestione totale in outsourcing dell'e-commerce. Il che vuol dire gestirlo a livello tecnologico, di design ma anche di logistica, di pagamenti, di web marketing, fino ad arrivare al customer care. Ma poiché ciò che fa veramente i numeri di vendita sono i grandi marketplace, esponiamo i prodotti dei nostri brand nelle vetrine virtuali dei grandi magazzini onli-

ne, come Bloomingdale, Macys, Yoox, Zalando, Amazon o JD.com. Solo per fare qualche nome, perché lavoriamo con oltre 200 marketplace. E collaboriamo con più di 100 aziende del made in Italy di fashion, design e food. Tra queste ultime, Riso Scotti e , per citarne alcune liguri, Olio Carli, Generale conserve, Everton. Quest'anno, in cui il food ancora non è computato, avremo un transato, in scontrini, superiore a 100 milioni. E abbiamo il sogno, in 5 o 6 anni di arrivare a un miliardo di euro. In ottobre, intanto, partiremo con l'apertura dei nostri e-commerce store in Cina. Cominceremo con Stefano Ricci, poi proseguiremo con Bric's a novembre

e Trussardi a dicembre. A seguire, ogni mese del 2020 lanceremo un nuovo e-commerce store.

Gestite anche magazzini?

Abbiamo 4 centri logistici, non di proprietà ma gestiti dai nostri sistemi e con manager del gruppo Giglio, a Milano, New York, Hong Kong e Shenzhen.

Quanto personale avete?

Con Terashop abbiamo integrato il nostro personale con 30 persone, estremamente valide. Tra queste l'attuale ad, Antonio Lembo, che resterà al suo posto. Ora siamo centinaio e prevediamo qualche assunzione. Ma immaginiamo di arrivare al massimo a 120 persone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



19,3

CONTI IN CRESCITA

Nel primo semestre del 2019, Giglio group ha totalizzato 19,3 milioni di ricavi lfrs 15, con una crescita del 7% rispetto ai 18 milioni al 30 giugno 2018

Alessandro Giglio. Ha fondato il gruppo omonimo nel 2003. nell'ultimo periodo l'azienda, che è quotata al listino Star di Borsa Italiana, è passata dal settore media all'e-commerce.



Tv cinese. Yang Zi conduce su Cctv il programma sul made in Italy



Italian Style In alto, immagini del programma *Made in Italy*, suCctv, la Tv di Stato cinese, con la conduttrice Yang Zi. Totalizza 100 milioni di spettatori settimanali. A sinistra, lo chef Max Mariola del Gambero Rosso. Giglio group ha dismesso il settore media, esclusi i canali cinesi. E punta sull'e-commerce con fashion, design e food

Innovazione Turismo e capitale umano Parte da Livorno il tour de "La Stampa"

ABBURRÀ E ATERINI - PP. 18-19

Partito da Livorno il tour dell'innovazione firmato da "La Stampa" e dagli altri giornali GNN
Prima tappa sugli scenari del settore viaggi, radicalmente trasformato dal digitale

Tecnologia dal volto umano "Così l'Italia vincerà la sfida del turismo"

EVENTO

ALBERTO ABBURRÀ
INVIATO A LIVORNO

La tecnologia ha cambiato la nostra vita, ormai non è più un mistero, ma questo non significa che in futuro saremo tutti robot, avatar, ologrammi e visori intelligenti. La sfida che abbiamo di fronte è coniugare l'innovazione con il lato umano. E cosa c'è di più esperienziale, affascinante, terreno e rassicurante di un viaggio alla scoperta di un luogo?

Per parlare degli scenari e delle opportunità che l'innovazione offre in ambito turistico, *La Stampa* insieme alle altre testate del gruppo GNN (Gedi News Network) ha lanciato da Livorno la nuova edizione del tour «L'Alfabeto del futuro».

Le prospettive

In pochi anni il settore dei viaggi ha visto mutare radicalmente le proprie dinamiche. E basta pensare che oggi, attraverso il nostro smartphone, «possiamo prenotare in un click 29 milioni di camere d'albergo in tutto il mondo e oltre 6 milioni di sistemazioni alternative» spiega Alberto Yates, regional manager Italia per Booking.com, intervistato da Luca Ubaldeschi, direttore del *Secolo XIX*. Il nostro Paese da sempre gioca un ruolo di primo piano quando si

parla di vacanze anche se il margine per migliorare resta ampio.

Tra le voci più critiche del sistema Italia spicca quella di Flavio Briatore, che a questo territorio è profondamente legato ma che oggi stenta a riconoscersi in esso. «Abbiamo settemila chilometri di coste e nemmeno una catena alberghiera italiana» incalza dal palco livornese in un dialogo con il direttore de *Il Tirreno* Fabrizio Brancoli. «Siamo il Paese del no e questo fa sì che i grandi investitori guardino altrove, per esempio all'Arabia Saudita» prosegue l'ex manager della Formula 1. Recentemente proprio a Riyadh Briatore ha aperto sette locali che si aggiungono a quelli già avviati a Singapore, Dubai, negli Stati Uniti e nel resto del mondo.

Quando gli si chiede cosa manchi all'Italia dal punto di vista dell'innovazione, lui strabuzza gli occhi stupito: «Oggi l'innovazione sono le cose semplici. Camere pulite, servizi di qualità e non per ultimo trattare bene la gente, essere trasparenti. Perché nell'era dei social network bisogna essere onesti o non c'è scampo». Un tema caro a Briatore sono i talenti italiani fuggiti all'estero e non più rientrati. «I ragazzi scappano da qui e anche quando hanno la possibilità non tornano indietro. Nei posti del mondo che funzionano, come Singapore, i migliori studenti vengono

assunti dallo Stato appena finiscono».

Non è il solo a pensarla in questo modo. «Dobbiamo viaggiare e aprirci al mondo» incalza Gaddo della Gherardesca, imprenditore ed ex presidente dell'Adsi (l'associazione di imprese storiche italiane). «Quello che paghiamo è il nostro provincialismo». Quello di oggi è un mondo che corre veloce, offre tante opportunità ma nasconde anche parecchie insidie. «Il panorama, anche quello turistico, rischia di essere tutto fake, per questo la tipicità è fondamentale. Se diventiamo tutti uguali è inutile muoversi» precisa Della Gherardesca. In questo il futuro va a braccetto con il passato. «Per andare avanti bisogna tornare indietro. Non dobbiamo dimenticare di essere figli di Michelangelo, Leonardo e Raffaello».

Il sorriso

Una ventata di ottimismo arriva da Giorgio Palmucci che chiude la serata intervistato dal direttore de *La Stampa* Maurizio Molinari. «Sono stufo di sentir parlare



Dir. Resp.: Maurizio Molinari

del turismo come petrolio italiano perché il petrolio si esaurisce mentre le nostre risorse sono eterne. Abbiamo 55 siti Unesco e il 65% si trova in centri con meno di cinquemila abitanti. Dobbiamo ripartire da qui, una risorsa tutta scoprire». Innumeri sono dalla nostra. Come riporta Palmucci, l'Italia è in testa a tutte le classifiche delle mete più desiderate nel mondo, ma poi alla prova dei fatti le statistiche dicono che siamo «solo» al quinto posto. «Il fattore umano può e deve fare la differenza. Ecco perché bisogna lavorare sull'accoglienza, sulla professionalità e sulla formazione». Su questo ultimo aspetto tutti gli ospiti della serata sono d'accordo: l'innovazione non può che «partire da un sorriso». E qui la tecnologia proprio non c'entra. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

MAURIZIO MOLINARI
DIRETTORE
LA STAMPA



Il nostro è un tour che punta a far emergere l'innovazione più competitiva dei singoli territori

GADDO DELLA GHERARDESCA
IMPRENDITORE
ED EX PRESIDENTE DELL'ADSI



Per andare avanti bisogna tornare indietro e ricordarci che siamo figli di Leonardo e Raffaello

FLAVIO BRIATORE
IMPRENDITORE

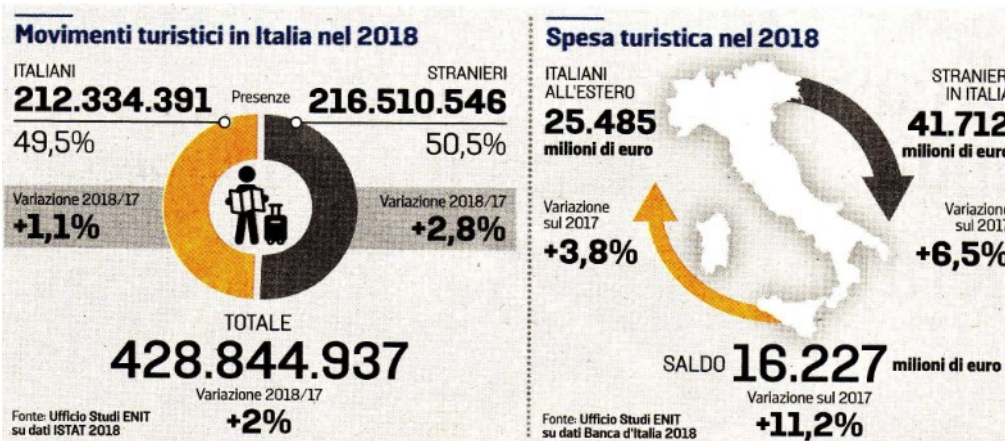


Si vince con le cose semplici: servizi di qualità e accoglienza. Nell'era dei social l'onestà è tutto

ALBERTO YATES
REGIONAL MANAGER ITALIA
PER BOOKING.COM

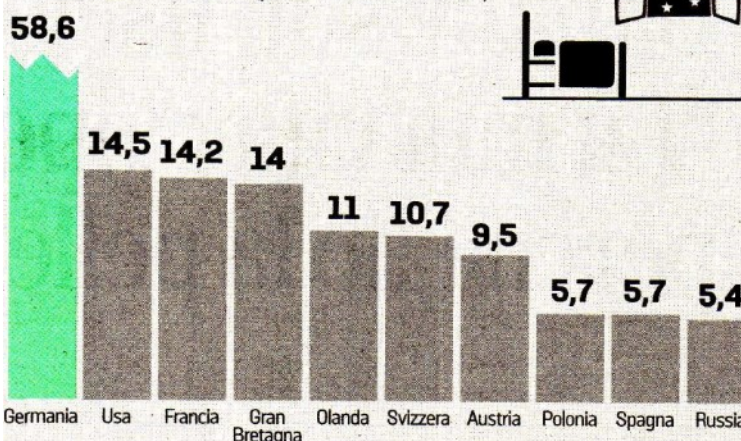


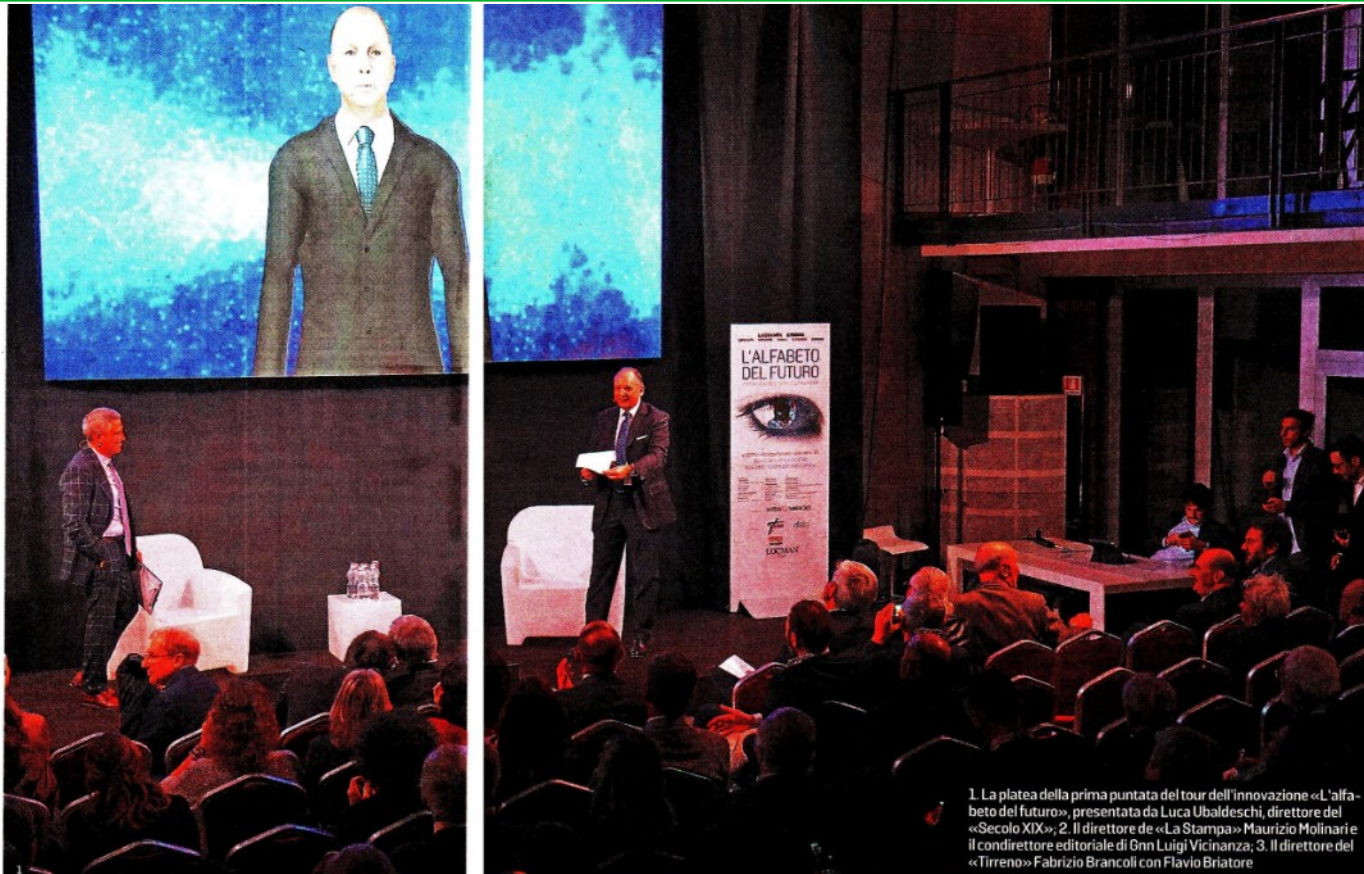
Il mondo è cambiato: oggi possiamo prenotare con un clic 29 milioni di camere in tutto il pianeta



Presenze internazionali 2018

TOP 10 PAESI DI ORIGINE (pernottamenti in milioni)





1. La platea della prima puntata del tour dell'innovazione «L'alfabeto del futuro», presentata da Luca Ughaldeschi, direttore del «Secolo XIX»; 2. Il direttore de «La Stampa» Maurizio Molinari e il condirettore editoriale di Gsm Luigi Vicinanza; 3. Il direttore del «Tirreno» Fabrizio Brancoli con Flavio Briatore

FRANCOSILVI



PANORAMA**CONVEGNO CDP - GRUPPO 24 ORE**

Torino, confronto sulle filiere eccellenti e l'innovazione

L'eccellenza nelle filiere e la spinta innovativa. Sono i temi al centro dell'evento organizzato dal Gruppo Sole 24 Ore e da Cassa Depositi e Prestiti a Torino il prossimo 21 novembre alle 9, in collaborazione con l'Unione industriale. In calendario storie d'impresa che raccontano il cambiamento della struttura manifatturiera del territorio, con un occhio alle eccellenze dei settori di riferimento, dall'automotive all'Ict, dalla meccanica all'aerospazio e all'abbigliamento fino alla cosmesi. "L'impresa che vince nel mondo. Torino nel futuro" è il titolo scelto per la giornata di lavori, un workshop organizzato su cinque aree tematiche che sarà aperto dall'intervento del presidente degli industriali di Torino Dario Gallina e da Nunzio Tartaglia, responsabile CDP imprese.

Denominatore comune delle esperienze sarà il tema dell'innovazione come motore di competitività, soprattutto sui mercati internazionali. Innovazione che diventa salto tecnologico, nuovi mercati di sbocco, nuove regole di governance o strumenti di welfare, cambiamento dei saperi e del paradigma delle competenze. A raccontare i nuovi saperi saranno il rettore del Politecnico di Torino Guido Saracco, Riccardo Rosi ad di Skillab – società specializzata in percorsi formativi, all'interno della realtà confindustriale – e Claudia Pizzato, hr manager di Scai, gruppo del settore Ict radicato a Torino e cresciuto a livello internazionale negli

ultimi anni. A parlare dei campioni dell'export ci sarà Luciano Bonaria, amministratore delegato di Spea, azienda leader nel mondo nella produzione di macchinari per testare componenti di tablet e smartphone, e Andrea Mauri, direttore generale di Inpeco, azienda con headquarter in Svizzera e sede operativa nel Torinese, specializzata nella produzione di sistemi per l'automazione e la sicurezza dei processi diagnostici in laboratorio. Accanto a loro ci sarà Giorgio Marsiaj, presidente della Sabelt – sistemi di sicurezza per la guida – e responsabile dell'Amma, l'Associazione delle aziende della meccatronica. Tra i campioni dell'innovazione c'è la Blue Engineering di Mohamed Eid, attiva nella progettazione e l'ingegneria nel settore dei trasporti – dall'automotive all'alta velocità ferroviaria – accanto alla Cecom, rappresentata dall'ad Giovanni Forneris, azienda storica del settore automotive attiva nella ricerca sui nuovi materiali a maggiore sostenibilità. A parlare di innovazione ci sarà anche Filippo Vola fondatore di Laser Machine network, società specializzata nella progettazione e realizzazione di sistemi industriali di saldatura laser. Sul fronte della sostenibilità, del welfare e della finanza ci saranno i casi della Reynaldi (cosmesi), di Pattern (tessile) e di Cornaglia (automotive) mentre Marco Zoff, responsabile della supply chain di Leonardo, racconterà il ruolo del fornitore nel mondo dell'industria 4.0.

— **F. Gre.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Nunzio
Tartaglia.**
Responsabile Cdp
Imprese



GIORGIO PALMUCCI Presidente dell'Enit,
agenzia che nel 2019 compie 100 anni

“Oggi la scommessa è puntare sui big data per valorizzare il nostro patrimonio”

INTERVISTA

LIVORNO

Da 5 mesi Giorgio Palmucci è la nuova guida dell'Enit, l'agenzia nazionale italiana del turismo, che si occupa di promuovere il brand Italia sul nostro territorio e nel mondo.

Qual è lo stato di salute del settore?

«Dopo la crisi economica sono arrivati risultati molto positivi. In particolare il 2018 è stato l'anno dei record con 430 milioni di pernottamenti (il 50% di turisti stranieri e il 50% di italiani) che posizionano il nostro Paese al terzo posto come destinazione europea dietro a Spagna e Francia. E tutto ciò escludendo il comparto degli affitti brevi (Airbnb, ndr) che non vengono considerati a livello statistico».

E il 2019?

«Il trend continua a essere in crescita seppur a ritmi inferiori rispetto al 2018. Questo nonostante la riapertura di alcuni mercati esteri come Tunisia, Egitto e Turchia, destinazioni che erano sparite a causa dell'instabilità interna».

Che cosa si può fare per migliorare ancora?

«Si può fare molto. Innanzitutto riuscire a promuovere non solo le mete più conosciute come Roma, Firenze, Venezia, Taormina o la Costiera amalfitana, ma anche destinazioni meno note».

Che ruolo hanno la tecnolo-

gia e l'innovazione nella promozione turistica?

«L'innovazione è fondamentale e sicuramente siamo in arretrato rispetto ad altri Paesi come gli Usa o il Regno Unito. Oggi la vera sfida innovativa è la raccolta e l'analisi dei big data per organizzare le strategie di promozione. Poi ovviamente la tecnologia è strategica per la formazione di chi opera nel settore».

Ci faccia qualche esempio.

«Ottimizzare la commercializzazione delle camere negli hotel, per esempio, può fare la differenza. Pensiamo che in Italia dei 34 mila alberghi in attività solo il 4,4% fa parte di una catena. È un tasso basso riferito al resto del mondo e questo scenario provoca un'estrema frammentazione degli operatori che finisce per trasformarsi in scarsa conoscenza dei sistemi tecnologici, elementi cruciali per la gestione di una struttura ricettiva».

Affidarsi troppo alla tecnologia non rischia di essere anche un rischio? Per esempio con impatti negativi sull'occupazione?

«Portare avanti lo sviluppo ed essere all'avanguardia è fondamentale. Certo l'innovazione avrà degli effetti sull'occupazione meno professionalizzata. Ma i nuovi sbocchi anche occupazionali che la tecnologia ci offre, penso alla promozione, al marketing o alla comunicazione, compenseranno ampiamente quello che saremo destinati a perdere o a sacrificare. Io

vedo solo aspetti positivi».

Quali obiettivi si pone Enit nel breve termine?

«La cosiddetta “bilancia turistica” (spesa generata dai turisti internazionali in Italia meno la spesa degli italiani all'estero) è positiva per 16 miliardi di euro. Vogliamo farla crescere del 10%».

Ci sono margini?

«Certo, pensi solo che nel mondo ci sono 140 milioni di turisti cinesi, ma in Italia rappresentano solo il 2,9% dei vacanzieri stranieri».

Il rischio di guardare troppo al futuro non è dimenticare il passato?

«Nel 2019 Enit festeggia i 100 anni di storia. Siamo convinti che dal passato si debba sempre imparare, ma non bisogna correre il rischio di darne per scontato i risultati. È fondamentale continuare a investire e innovare».

Arte, cultura, cibo, mare, montagna: su cosa scommetterebbe per il futuro?

«La cultura al primo posto. Abbiamo 55 siti Unesco, un patrimonio diffuso sul territorio che dev'essere il principale elemento attrattivo a cui collegare tutto il resto».

Cosa pensa del turismo spaziale?

«Il turismo è passione, esperienza, scoperta. Se ci sono questi ingredienti la strada è quella giusta».

Lei partirebbe?

«Non ho paura di nulla, quindi perché no». **ALB. ABB. —**

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI





Il 2018 è stato l'anno dei record per il turismo e il 2019 sta andando bene ma bisogna promuovere le mete meno note

Il campo d'azione della web tax si restringe in base alle norme Ue

LEGGE DI BILANCIO

Nuova tassa al via dal 1° gennaio 2020 sui ricavi di quest'anno

La soglia di fatturato a 5,5 milioni penalizza i piccoli business digitali

Marica Pennesi

L'articolo 84 del Ddl Bilancio 2020 rilancia la web tax di cui all'articolo 1, comma 35, della legge di Bilancio 2019 in una veste in parte rinnovata e più aderente alla proposta di direttiva COM (2018) 148 final. Tra le novità spicca l'eliminazione della necessità del decreto attuativo, che rende automatica l'applicazione dell'imposta a partire dal 1° gennaio 2020. Il rovescio della medaglia è che gli aspetti di dettaglio andrebbero inclusi nella norma primaria, per evitare il rischio di lacune tecnico-procedimentali che potrebbero comprometterne l'operatività. Da evidenziare poi l'introduzione di una "sunset clause" che attribuisce temporaneità alla web tax italiana fino all'attuazione di disposizioni derivanti da accordi internazionali sulla tassazione dell'economia digitale.

Sul piano sostanziale, dalla lista dei ricavi digitali in quest'ambito sono state previste alcune esclusioni, principalmente mutate dalla citata proposta di direttiva Ue: fornitura diretta di beni e servizi nel caso di un'intermediazione digitale; fornitura di beni o servizi ordinati attraverso il sito web del fornitore che non svolge funzioni di intermediario; fornitura tramite interfaccia digitale di contenuti digitali, servizi di comunicazione o servizi di pagamento; messa a disposizione di un'interfaccia digitale per gestire servizi finanziari. Di derivazione domestica, invece, sono le ulteriori esclusioni relative all'organizzazione e gestione di piattaforme per lo scambio di energia elettrica, gas, certificati ambientali e carburanti, ed alla messa a disposizione di piattaforme per la vendita di prodotti soggetti ad accisa.

Le soglie di ricavi a livello globale (750 milioni di ricavi generici) e domestico (5,5 milioni di ricavi digitali) sono invariate; l'elemento di novità è

che deve farsi riferimento ai ricavi dell'anno precedente a quello di applicazione dell'imposta (quindi già il 2019 per il 2020) per verificare il superamento delle soglie.

È stato poi inserito il riferimento all'Internet protocol (Ip) quale sistema principale di geolocalizzazione degli utenti ai fini dell'allocatione dei ricavi digitali da tassare in Italia. Essendo ammessi altri sistemi di geolocalizzazione, sarebbe opportuno prevedere dei criteri per stabilire in quali circostanze è possibile deviare dall'Ip senza incorrere in contestazioni.

Per l'individuazione della base su cui applicare l'imposta del 3% bisogna fare riferimento al totale dei ricavi digitali ovunque realizzati moltiplicato per la percentuale rappresentativa della parte di tali servizi collegata al territorio dello Stato. Perciò i soggetti passivi devono tenere un'apposita contabilità per rilevare mensilmente le informazioni sui ricavi imponibili e per il calcolo delle percentuali di rilevanza dei ricavi tassabili in Italia.

Alcune criticità – che di fatto ampliano la base imponibile – restano però irrisolte. Non è stata modificata la definizione dei ricavi globali, che si auspicava venisse limitata ai soli ricavi digitali. Resta immutata anche la soglia di ricavi italiani fissata a 5,5 milioni di euro, troppo bassa rispetto a quella di altri mercati dimensionalmente simili all'Italia; così rischiano di essere attratti a tassazione anche i gruppi con business digitale non-core di ridotte dimensioni, in antitesi con i propositi di applicare l'imposta ai grandi operatori del web.

Inoltre, non è stato risolto il problema della doppia tassazione quando proprietario e gestore dell'interfaccia non coincidono. Questo punto è presente nella proposta di direttiva Ue, che chiarisce come in questi casi, per evitare doppie imposizioni, si considera che il proprietario dell'interfaccia digitale non abbia fornito il servizio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MANOVRA 2020

Verso la modifica della normativa che prevede un'aliquota del 3% sui ricavi digitali



L'AUDIZIONE IN COMMISSIONE TRASPORTI

Cardani: «Tim-OpenFiber? Prima spin off della rete 0 si torna agli anni '80»

Il presidente (uscente) dell'Agcom difende le regole per lo sviluppo dell'infrastruttura 5G

DOMANDA

Poco successo per gli accessi in fibra consumer: servizi ancora scarsi

Maddalena Camera

■ L'Italia va forte nello sviluppo della tecnologia e delle reti mobili 5G, ma la domanda di abbonamenti alla rete in fibra per la casa è ancora bassa. Lo ha detto ieri il presidente (uscente) di Agcom, Angelo Cardani, in una audizione alla commissione Trasporti della Camera. Cardani ha spiegato il motivo della bassa richiesta. «Il consumatore compra - ha detto - quando ci sono vantaggi. Al momento scaricare un film in tre invece che in quattro minuti e mezzo è un bonus inesistente». E sullo scorporo della rete il numero uno di Agcom non ha dubbi: «Sta al governo e al parlamento decidere cosa fare. Il senso della storia dovrebbe dirci che bisogna andare avanti altrimenti si rischia di fare un salto indietro agli anni '80». Secondo Cardani in Italia ci sono porzioni di rete in fibra appartenenti a varie società e istituzioni.

«Al momento - ha aggiunto il presidente dell'Authority- la rete più sviluppata è quella di Tim che strepita dicendo che non cederà mai la sua rete. Fa bene perché se togliamo dal

suo bilancio il valore dell'infrastruttura rimane poco. Se, però non lo facciamo l'operazione che si sente ventilare, di unificazione in una sola infrastruttura (unendo alla rete di Telecom quella di Open Fiber ndr), non può essere compiuta».

Per Cardani lasciare la rete in mano a Telecom, ossia se l'operazione di fusione con Open Fiber lasciasse l'ex monopolista con la quota di maggior peso, non andrebbe bene. «Lasciando il monopolio a Telecom - ha spiegato - facciamo un salto agli anni '80 e ci ritroviamo a quando c'era una unica rete in rame (Telecom) e fu istituita l'Agcom appunto per regolare il monopolista».

Cardani non si è sbilanciato sulla possibilità di assegnare all'Autorità anche la regolamentazione della fibra. Una cautela necessaria perché è all'Agcom *in prorogatio*, quindi solo per gli affari ordinari, in attesa di un successore.

Quanto al 5G, Cardani ha difeso il suo operato, ricordando che gli operatori (italiani) godono di un quadro certo relativo alla disponibilità delle bande di frequenza. «Questo - ha sottolineato - non è di poco conto, specialmente nell'ottica dello sviluppo delle reti 5G tramite l'impiego delle precedenti tecnologie radiomobili (4G e Lte) e delle relative bande di frequenza per l'offerta di servizi a banda larga e ultra-larga».



IN GUARDIA

Il presidente dell'Agcom, Angelo Cardani



BREVI

La piattaforma 5G di Tim al servizio della sicurezza stradale. Tim ha presentato a Torino, al 5GAA, l'evento della 5G Automotive Association, associazione internazionale che raggruppa oltre 130 aziende dell'industria automobilistica, le demo live di viabilità connessa, per una guida sicura. La sua 5G Digital business platform, che comprende anche l'Edge computing, può contribuire a garantire una maggiore sicurezza, segnalando ad automobilisti, pedoni, ciclisti e alle infrastrutture stradali informazioni utili per una circolazione ottimale.



Huawei, bonus in arrivo ai dipendenti per premiare la resistenza a Trump

194mila 470 milioni

Dipendenti

Il colosso cinese darà un bonus extra a tutti i dipendenti

L'esborso

In totale il «bonus-Trump» comporterà un esborso di 470 milioni di dollari

TLC

A novembre doppia mensilità per le «sfide esterne eccezionali»

La gratifica nonostante l'impatto negativo da 10 miliardi sui ricavi

Riccardo Barlaam

Dal nostro corrispondente
NEW YORK

Il Trump-bonus. Nella busta paga di novembre i 194mila dipendenti Huawei troveranno un doppia mensilità, per una spesa totale di 285 milioni di dollari, in riconoscimento delle «sfide esterne eccezionali» a cui hanno dovuto far tutti fronte per le pressioni poste dalla campagna messa in piedi dall'amministrazione americana contro il colosso delle tlc cinesi accusato di spionaggio.

«L'azienda - scrive in una lettera il manager delle risorse umane Zheng Liangcai - ha deciso di distribuire un 'Premio speciale per le difficoltà a tutti i dipendenti che hanno contribuito a far fronte alle sanzioni americane». La lettera con l'annuncio del bonus è stata inviata l'11 novembre, giorno del Singles' Day, il black friday cinese.

Così a fine mese tutti i lavoratori si ritroveranno un premio minimo in busta paga di 2.850 dollari.

Huawei è il primo produttore mondiale di apparecchiature per le telecomunicazioni. Il bonus a tutti i dipendenti è stato deciso dall'azienda nonostante i 10 miliardi di dollari di ricavi in meno che si stima siano stati persi quest'anno a causa delle azioni

di Washington: secondo gli analisti l'azienda continua comunque a macinare risultati positivi, meglio degli ultimi due anni.

Come si ricorderà, il Canada, in seguito a una richiesta americana, il primo dicembre 2018 ha arrestato la cfo di Huawei, Meng Wanzhou, la figlia del fondatore Ren Zhengfei, tuttora in attesa di estradizione. A maggio Trump ha vietato alle agenzie governative di avere relazioni commerciali con Huawei. Ha inoltre inserito in una blacklist il colosso cinese e le 70 società affiliate, che impedisce alle aziende americane le forniture di componenti.

La Casa Bianca ha anche cercato di convincere i paesi alleati a evitare gli acquisti di apparecchiature Huawei per le reti 5G. Il mese scorso Huawei ha annunciato di avere firmato quest'anno più di 60 contratti di fornitura per il 5G, il doppio dello scorso anno, con almeno 400mila dispositivi per le nuove reti super veloci già consegnati. Più della metà dei contratti 5G di Huawei sono in Europa.

Oltre al bonus per tutti i dipendenti, Huawei ha previsto un secondo bonus - per altri 285 milioni di dollari - pensato in particolare per i lavoratori «che hanno aiutato la continuità del business» sviluppando una supply chain alternativa per sopperire alla mancanza tecnologie americane da parte di Huawei: il sistema operativo Harmony OS sviluppato in alternativa a Google Android, i chip Kunpeng, il microprocessore creato per rimpiazzare i semiconduttori made in Usa.

In totale il Trump-bonus di Huawei vale 470 milioni di dollari. Non è poco. Tanto che sui forum anche qualche dipendente di Apple comincia a invidiarli.



Big cinese. Bonus di Huawei ai dipendenti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



TELECOMUNICAZIONI

**Bassanini: sì alla rete unica
ma non dev'essere sotto Tim**

Antonella Olivieri — a pag. 22

Rete, la ricetta Bassanini: una sola ma non sotto Tim

LA PARTITA DELLE TLC

Ruolo centrale per la Cdp nell'analisi per Astrid del presidente di Open Fiber

Telecom potrà tenere la maggioranza del capitale, ma non dei diritti di voto

Antonella Olivieri

Rete unica sì, ma non verticalmente integrata. Franco Bassanini ha scelto il cappello di presidente Astrid per dire la sua, ma non si può dimenticare che la dettagliata analisi sui pro e i contro di diverse soluzioni arriva dal presidente di Open Fiber. Le 37 cartelle partono dalla constatazione che il modello della competizione infrastrutturale presenta «evidenti criticità», suggerendo di tornare a ragionare sulla rete unica, «un'infrastruttura partecipata in maggioranza da investitori pazienti, attenti anche alle externalità positive di interesse generale dell'investimento in una nuova rete FTTH (fibra fino all'utente finale), a prova di futuro». Investitori «partecipati allo Stato o dalle istituzioni territoriali, come la Cdp».

Bassanini ricorda che il nuovo codice Ue delle comunicazioni prevede condizioni di favore per gli operatori infrastrutturali non verticalmente integrati cioè scollegati da gruppi che, come Telecom, forniscono anche servizi di tlc. Possibile arrivarci anche con «soluzioni di mercato». Una strada passa dalla divisione di Telecom in una società dei servizi e una della rete che potrebbe fondersi con Open Fiber, ottenendo una «società quotata che vedrebbe Cdp e dunque il Governo come azionista importante e forse anche di riferimento» e che potrebbe eventualmente includere anche «l'infrastruttura orizzontale passiva per il 5G, in forte sinergia con la rete FTTH, se il merger si estendesse anche a Inwit». La proprietà della rete Infratel nelle

aree a fallimento di mercato, in concessione a Open Fiber per vent'anni, «è al momento destinata a restare per il 100% pubblica». Per spaccare in due l'incumbent ci vorrebbe però la maggioranza dei due terzi all'assemblea Telecom, ma «non è ovvio - ammette l'analisi - che l'operazione possa dar luogo a una Service Co. in grado di competere con successo sul mercato dei servizi e a una Net Co. capace di garantire adeguati dividendi sul capitale investito, senza determinare effetti negativi in termini di prezzo per i consumatori». Potrebbe ipotizzarsi però uno scambio azionario tra Cdp (50% in Open Fiber e 10% in Tim) e Telecom che consentirebbe a quest'ultima di entrare nel capitale di Open Fiber e alla Cassa di rafforzarsi in Telecom per assumere un ruolo di «pivot» e riproporre la separazione tra servizi e rete. Cdp manterrebbe il controllo della società della rete e una partecipazione «finanziaria di minoranza» nella società dei servizi.

Altra ipotesi è la società unica nella quale tutti gli operatori infrastrutturali conferirebbero i propri asset, affiancando un azionista di controllo o di riferimento - che potrebbe essere la Cdp - che avrebbe il compito di assicurare la governance societaria. Ma perché Telecom dovrebbe rinunciare al suo asset principale? Bassanini indica un compromesso. Nella fusione tra Net Co. e Open Fiber Telecom potrebbe ottenere azioni di risparmio in modo da mantenere la maggioranza del capitale economico, ma restare in minoranza sui diritti di voto. Mentre la rete unica sotto il controllo di Telecom, secondo l'autore, si scontrerebbe con ovvi ostacoli antitrust, la formula «autonoma» consentirebbe di centrare una serie di obiettivi: evitare la duplicazione degli investimenti, accelerare la copertura in fibra, rendere applicabile la remunerazione a Rab (quella utilizzata per i pedaggi autostradali), ottenere vantaggi regolamentari, gestire il passaggio dal rame alla fibra senza inasprimento dei prezzi. La società dei

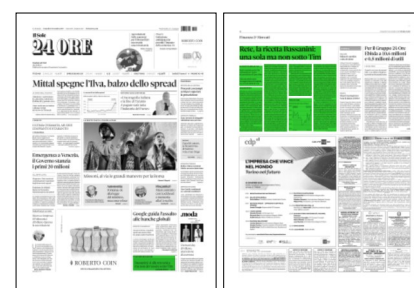
servizi Tim, alleggerita da debiti e vincoli, potrebbe «concentrarsi sulla difesa della sua quota di mercato, esaminare ipotesi di consolidamento cross-border e valutare ipotesi di integrazione con l'offerta di contenuti».

Resta da capire cosa ne pensa l'altro attore protagonista. Per il momento Telecom, impegnata in una difficile opera di equilibrio tra un azionariato tripartito (Vivendi, Elliott e Cdp), ha gettato il cuore oltre l'ostacolo avviando la selezione del partner che dovrebbe affiancarla nell'operazione Open Fiber. Nonostante Enel, che ha il 50% di Open Fiber, paia ancora riluttante a rinunciarvi, tanto da aver bollato come «rumors» i processi in corso «per cercare di comprare la società». «Noi non siamo coinvolti in alcun processo di vendita», ha detto martedì in conferenza call il cfo dell'Enel Alberto De Paoli.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Telecom Italia

Andamento del titolo a Milano



Mediaset e Vivendi trattano la pace per far decollare il polo paneuropeo

► Oggetto del negoziato la quota del 20% di Simon: le azioni hanno chiuso a 2,6, i francesi le hanno in carico a 3,7 euro ► Imminente un incontro fra i legali dei due gruppi per concordare il prezzo della transazione tombale

IL COMPROMESSO POTREBBE ESSERE UN VALORE VICINO ALLA MEDIA DEI 6 MESI E AL DIRITTO DI RECESSO

L'OPERAZIONE

ROMA Mediaset-Vivendi, il negoziato entra nel vivo. Dopo i due incontri fra i legali, secondo quanto risulta a *Il Messaggero*, la trattativa accelera sulla proposta del Biscione di far acquistare da Fininvest, o altro soggetto da nominare, il 20% della holding tv nell'ambito di una grande pace fra Cologno Monzese e Parigi, con rinuncia reciproca ai tre giudizi civili pendenti in tribunale, più quello amministrativo al Tar che, allo stato, è davanti alla Corte di Giustizia. Pomo della discordia il prezzo della transazione. Ieri il titolo ha chiuso in calo dell'1,1% a 2,69 euro, il gruppo francese ha un prezzo di carico di 3,7 euro, la media a sei mesi è di 2,76 euro, a 12 mesi di 2,75 euro e il diritto di recesso era di 2,77 euro.

Molto a breve dovrebbe esserci il terzo incontro tra legali: studio BonelliErede (Mediaset), Cleary Gottlieb (Vivendi) e Andrea Di Porto, un grande nome del diritto societario per Fininvest. La trattativa rientra nella proposta conciliativa fatta dal giudice del tribunale di Milano Elena Riva Crugnola, su iniziativa Mediaset, che ha dato tempo alle parti fino al 22 novembre per un accordo, sospendendo l'esecuzione della delibera di fusione in MFE.

A sorpresa, il giorno dopo l'udienza, Mediaset ha scritto al tribunale proponendo un'istanza di conciliazione e aprendo il tavolo su tre opzioni: la prima (scartata) di non belligeranza, dopo aver modificato tre articoli dello statuto della holding olandese MFE come richiesto dal giudice. Le altre due opzioni rifare la governance di MFE ed esaminare un accordo

tombale.

PARTITE APERTE

I consulenti si sarebbero concentrati su questa terza opzione, che sembra prevalere. Nelle ultime ore i legali di Mediaset e di Fininvest si sarebbero consultati con i top manager di Cologno per restringere il perimetro negoziale, riguardo al prezzo. E verosimilmente la stessa cosa sarebbe avvenuta in casa francese, accelerando il calendario di incontri.

Punto focale il valore delle azioni della transazione riguardante appunto il 20% che è la quota intestata a Simon fiduciaria, a seguito della delibera Agcom (aprile 2017) che ha imposto misure restrittive per la doppia presenza di Vivendi in Tim e Mediaset. I francesi hanno impugnato la decisione al Tar contestando in questo ambito una norma della legge Gasparri ritenendola non conforme al diritto europeo. Il Tar ha rimesso la palla alla Corte di Giustizia. A lato ci sono tre cause civili nate nelle pieghe degli accordi su Premium non rispettati, con richieste di danni per 3 miliardi.

Tornando al negoziato, punto critico il tira-e-molla sul prezzo che potrebbe avere riflessi sul contenzioso in corso. Ai valori attuali, la quota vale 609 milioni, mentre Vivendi ce l'ha in carico a 838 milioni. Un punto di compromesso potrebbe essere un valore mediano che però ancora non sarebbe stato trovato. Fininvest ha il 45,89% dei diritti di voto di Mediaset, Vivendi il 9,98%, Simon il 19,94%. In casa Berlusconi ci sono alcune idee sull'acquirente, sondando Peninsula e Credit Suisse che erano state allertate per i diritti di recesso. L'operazione potrebbe avere una tecnicità finanziaria particolare, tipo acquisto con patto di riscatto che avrebbe effetti finanziari differiti e potrebbe realizzarsi in MFE, neutralizzando i rischi di opa.

Rosario Dimito

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ALTA DEFINIZIONE

GIGASET

E ora Alexa arriva anche sul telefono di linea fissa

Maddalena Camera

■ Un telefono per la linea fissa integrato con lo smart speaker Alexa. L'idea è del maggior produttore di telefoni «fissi» ossia Gigaset (ex Siemens) che ha realizzato un nuovo prodotto, L800HX che può essere utilizzato come un ricevitore su qualsiasi stazione base Dect, ad esempio quella per un normale telefono cordless, o direttamente su un router con le relative funzionalità di chiamata o risposta su linea fissa.

In questo caso non è necessario di avere alcun dispositivo con una connessione alla presa del telefono per effettuare chiamate. Basta la connessione al router di casa. Inoltre l'app per smart speaker Gigaset per Android e iOS consente di configurare rapidamente e la connessione alla rete wifi e all'assistente vocale di Amazon, Alexa. Successivamente, se lo si desidera, i contatti presenti nello smartphone vengono importati nel servizio Amazon e quindi l'utente può iniziare a telefonare

anche dalla linea fissa. Ovviamente però numeri di telefono possono anche essere dettati direttamente ad Alexa. Mentre le chiamate in arrivo possono essere accettate e terminate dicendo «Alexa, rispondi» o «Riaggancia». E se il chiamante è memorizzato nella rubrica, Alexa, ricevendo la chiamata, dirà anche il nome. E se la chiamata viene presa su un ricevitore, può essere trasferita sullo smart speaker Gigaset.

L'altoparlante non solo consente chiamate chiare, ma trasforma anche lo smart speaker anche in una stazione per la musica in streaming. Oltre ai servizi Internet come Amazon Music o TuneIn, Gigaset L800HX supporta lo standard audio Bluetooth 4.1 e può riprodurre musica da dispositivi basati sullo stesso standard, ad esempio da uno smartphone. Il sistema può anche inserire il sistema di allarme per casa targato Gigaset con telecamera wifi che costa 399 euro mentre lo smart speaker è in vendita a circa 200 euro.



L800HX Lo speaker che è anche un telefono

