

Rassegna del 15/03/2018

Corriere della Sera	39 Agcom: «Giorni gratuiti per i clienti» È il rimedio per le bollette a 28 giorni	<i>Voltattorni Claudia</i>	1
Sole 24 Ore	15 Bollette a 28 giorni Sconti in fattura - Bollette a 28 giorni L'Agcom: rimborso con giorni gratis	<i>Biondi Andrea</i>	2
Sole 24 Ore	15 Consumi, si salvano solo web e discount	<i>Mancini Giovanna</i>	4
Sole 24 Ore	5 E-fattura automatica per carburanti - E-fattura con la credit card	<i>Mobili Marco - Parente Giovanni</i>	5
Mf	15 Inditex (Zara) corre con l'online	<i>Palazzi Tommaso</i>	7
Sole 24 Ore Casa24 Plus	24 L'e-commerce non eliminerà il negozio	<i>Marchesini Evelina</i>	8
Sole 24 Ore	13 Algoritmi e sconti I crediti tra imprese diventano digitali	<i>Orlando Luca</i>	9
Mf	4 Francia all'attacco di Mountain View e di Apple	<i>Franzini Mattia</i>	11
Mf	3 Sparkasse sceglie la fintech Satsipay	<i>Caiazza Stefano</i>	12
Panorama	20 Pagamenti digitali, incentivi per convincerli	<i>R.E.</i>	13
Corriere della Sera	37 La Lente - Criptovalute, stretta di Google e Facebook E il Bitcoin crolla	<i>De Cesare Corinna</i>	14
Sole 24 Ore	35 Parterre - Google banna le inserzioni e il Bitcoin scivola a 8mila	<i>V.L.</i>	15
Stampa	21 Panorama - Pubblicità "tossica" e bitcoin Arriva la stretta di Google	<i>...</i>	16
Mf	4 Google banna il bitcoin - Google fa lo sgambetto al bitcoin	<i>O'Reilly Lara - MacMillan Douglas</i>	17
Sole 24 Ore	18 Così i robot vedono gli umani	<i>Magnani Alberto</i>	18
Corriere della Sera	47 L'uomo nuovo arriva sul web	<i>Grasso Aldo</i>	19
Manifesto	15 Buon compleanno al Web	<i>Di Corinto Arturo</i>	21
Sole 24 Ore	34 Per la società della rete stimati 1,8 miliardi di Mol	<i>A.Oi.</i>	22
Sole 24 Ore	34 Elliott chiede la revoca di 6 consiglieri in quota Vivendi - Elliott: revoca per sei consiglieri Tim	<i>Olivieri Antonella</i>	23

Agcom: «Giorni gratuiti per i clienti» È il rimedio per le bollette a 28 giorni

La richiesta dell'Autorità per evitare lunghe attese per i risarcimenti

ROMA Uno «sconto» per venire incontro agli utenti. Visto che per avere un rimborso «sarebbero costretti ad attendere molti mesi», e, in attesa, «non sarebbero nemmeno pienamente liberi di migrare verso altri operatori», con in più la beffa di vedersi anche «l'aumento dei canoni mensili che l'operatore ha già preannunciato in coincidenza col ritorno al ciclo di fatturazione mensile». Così l'Agcom scrive 4 lettere di diffida a Tim, Vodafone, Fastweb e Wind Tre per chiedere di posticipare l'emissione della prossima fattura di un numero di giorni pari a quelli «erosi» con l'emissione delle bollette a 28 giorni. Una decisione per garantire «un immediato effetto ripristinatorio a beneficio degli utenti».

È un nuovo atto nella battaglia tra compagnie telefoniche e Autorità per le garanzie nelle comunicazioni dopo che un anno fa il Garante ha giudicato irregolari le bollette a 28 giorni con l'obbligo per le società di tornare alla fatturazione mensile e di stornare dalle bollette gli importi corrispondenti al numero di giorni che, a partire dal 23 giugno 2017,

non sono stati fruiti dagli utenti per le bollette a 4 settimane. Decisione contro la quale le compagnie telefoniche hanno fatto ricorso al Tar del Lazio che, alla fine dello scorso febbraio, ha sospeso la delibera dell'Agcom sulla parte riguardante i rimborsi agli utenti, annunciando una decisione nel merito tra la fine di ottobre e novembre. Da qui il nuovo intervento dell'Agcom, che nella diffida scrive di tenere conto del procedimento in corso al Tar, il quale però bloccando gli indennizzi «lascia gli utenti privi di una tutela immediata ed effettiva». Lo «sconto» proposto invece sarebbe immediato. Si calcolerebbe a partire dal 23 giugno 2017, sarebbe diverso da cliente a cliente e arriverebbe ad un massimo di 15 giorni. In caso di «una fattura emessa ad aprile con decorrenza dal primo al 30 aprile — spiega l'Autorità —, la decorrenza della fattura dovrà essere posticipata al 16 aprile»: il periodo da considerare per il pagamento dunque dovrebbe essere dal 16 aprile al 15 maggio.

Claudia Voltattorni

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La vicenda



● Angelo Marcello Cardani, 68 anni, è il presidente dell'Autorità per le garanzie nelle tlc dal luglio 2012. Ha lavorato alla Commissione Ue con Monti



TLC

Bollette a 28 giorni Sconti in fattura

Andrea Biondi ▶ pagina 15

Tlc. L'Autorità ha chiesto di azzerare l'illegittima anticipazione

Bollette a 28 giorni L'Agcom: rimborso con giorni gratis

Compagnie telefoniche verso il ricorso al Tar

1,19 miliardi**Il profitto contestato**

L'aumento annuo stimato per le telco con la fatturazione a 28 giorni

Andrea Biondi

■ Si profila un ulteriore scontro fra compagnie telefoniche e Agcom sul tema della fatturazione a 28 giorni. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha infatti pubblicato ieri 4 delibere con cui ha diffidato, singolarmente, Tim, Vodafone, Fastweb e Wind Tre chiedendo loro di «far venir meno gli effetti dell'illegittima anticipazione della decorrenza delle fatture emesse successivamente alla data del 23 giugno 2017». Come? Sostanzialmente con giorni gratis nella prima bolletta ritornata a fatturazione mensile nel fisso. Quanti? Quelli «erosi» con l'emissione delle bollette a 28 giorni a partire dal 23 giugno 2017 (data in cui le bollette secondo Agcom sarebbero dovute tornare mensili nel fisso e nelle offerte ibride).

Nessun commento da parte degli operatori, ma le compagnie si preparano a ricorrere al Tar. In questo quadro c'è anche chi ventila, fra le telco, una minima tentazione di chiudere la vicenda venendo incontro alle

prescrizioni di Agcom pur non essendo d'accordo nel merito. L'opinione prevalente è però quella di controbattere colpo su colpo.

Per capire la vicenda occorre tornare a marzo 2017, quando Agcom con la delibera 121/17/CONS è intervenuta per vietare la fatturazione a 28 giorni nelle offerte sul fisso e convergenti. La delibera dava 90 giorni per mettersi in regola, passati invano. E quindi dal 23 giugno 2017 - dal punto di vista dell'Agcom - Tim, Vodafone, Wind Tre e Fastweb erano *de facto* inadempienti. Da qui la diffida con le compagnie telefoniche che hanno risposto di voler attendere la pronuncia del Tar sui propri ricorsi. L'Autorità non ha però aspettato. E così con 4 delibere (la 497/17 per Wind Tre; la 499/17 per Tim; la 498/17 per Vodafone Italia e la 500/17 per Fastweb) oltre alla multa (1,16 milioni ciascuno) è stato previsto lo storno degli importi per i giorni «non fruiti dagli utenti in termini di erogazione del servizio a causa del disallineamento fra ciclo di fatturazione quadrasettimanale e ciclo di fatturazione mensile». Altro ricorso delle telco, affiancate in questa partita dall'associazione di categoria Assotelecomunicazioni-Asstel. La pronuncia del Tar a metà febbraio ha però la-

sciato un po' di amaro in bocca a tutti. Il Tribunale amministrativo non ha infatti ritenuto illegittimo l'intervento di Agcom, ma nel contempo ha congelato l'obbligo di restituzione automatica agli utenti fino alla pronuncia di merito a fine ottobre.

Ieri Agcom è intervenuta con queste 4 delibere con relatore il commissario Francesco Postoraro. Un'iniziativa, motiva l'Autorità, presa perché in attesa dell'eventuale rimborso - prevedibile non prima di ottobre - i clienti sarebbero stati vincolati a non cambiare operatore. Da qui la decisione: per chi non avrà cambiato compagnia deve valere la bolletta con decorrenza posticipata. L'Agcom fa un esempio: si consideri la bolletta di aprile e una somma di giorni da scontare che arrivi a 15. La fattura, invece di partire dall'1 al 30 aprile, dovrà scattare dal 16 aprile e arrivare al 15 maggio. Niente



bolletta per quei 15 giorni, perché, per via del sistema a 28 giorni, i clienti li hanno già pagati. Per chi invece avrà nel frattempo cambiato telco, rimangono in piedi le previsioni delle delibere di dicembre (la restituzione delle somme, e si parla di centinaia di milioni visto che l'aumento su base annua con il passaggio alla fatturazione a 28 giorni è stato quantificato in 1,19 miliardi) ma solo, ovviamente, in caso di pronuncia positiva del Tar a ottobre.

Ma perché secondo Agcom l'imposizione della bolletta con decorrenza differita dovrebbe essere "a prova di Tar"? Nel caso dello storno delle cifre (come da delibere di dicembre) si parla di somme rimborsate. E questo ha spinto il Tar a prender tempo fino a ottobre, anche per la difficoltà delle telco a riavere eventualmente i soldi indietro dai clienti. Nel caso delle bollette con decorrenza posticipata, senza passaggi di soldi, secondo Agcom non ci sarebbe nessun pericolo per gli «equilibri finanziario-contabili» delle aziende.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Vendite al dettaglio. In gennaio l'Istat conferma il calo: 0,8% su base annua - Ma l'e-commerce cresce del 2,4%

Consumi, si salvano solo web e discount

LO SCENARIO

Nemmeno i saldi riescono più a stimolare gli acquisti. Per le imprese è urgente uniformare regole e condizioni tra negozi fisici e online

Giovanna Mancini

MILANO

■ Il dato in sé non fa più notizia: nonostante la ripresa dell'economia, i consumi degli italiani non ripartono. Anzi, diminuiscono. Dopo il calo registrato dall'Istat lo scorso dicembre, in gennaio si approfondisce la tendenza negativa delle vendite al dettaglio che, rispetto al gennaio 2017, sono scese dello 0,8% in valore.

La novità arriva invece dall'inserimento, nell'indice generale dei consumi calcolato dall'Istat, anche delle vendite online realizzate da imprese la cui attività economica prevalente o esclusiva è il commercio elettronico. Un canale che pesa per l'1,9% sull'indice complessivo e che viaggia in controtendenza, come confermano sia il dato di gennaio (+2,4% rispetto all'anno prima), sia la serie storica degli ultimi due anni, che dimostra una dinamica «decisamente più sostenuta» rispetto a quella dell'indice generale.

Altro elemento che emerge dalle rilevazioni Istat di gennaio è che i saldi hanno perduto (definitivamente) la funzione di stimolare gli acquisti degli italiani. Il calo (sia nel confronto su base mensile, sia su base annuale) ha colpito infatti non tanto i prodotti alimentari, quanto quelli non alimentari. Vale a di-

re, proprio i beni favoriti dai saldi di fine stagione e per i quali la concorrenza tra negozi fisici e online è più forte.

L'e-commerce, dunque, è l'unico canale di vendita che si salva, insieme a quello dei discount alimentari (+3,6%). La componente prezzo di sonferma dunque determinante nelle scelte d'acquisto. In calo (dell'1,2%) sono le vendite sia nella grande distribuzione, sia nelle imprese operanti su piccoli superfici e la variazione tendenziale negativa colpisce sia gli esercizi specializzati, sia quelli non specializzati.

«Il dato di gennaio non ci sorprende», commenta Claudio Gradara, nuovo presidente di Federdistribuzione, associazione che già il mese scorso aveva stimato un avvio d'anno difficile per i consumi nella Gdo. «Segnali che si confermano anche per febbraio», aggiunge Gradara. Ma soprattutto, secondo il neopresidente, «I dati Istat pongono all'attenzione di tutti la diversità delle dinamiche tra commercio offline e online. Il che rende ancora più urgente la necessità di parità di regole fiscali e di gestione delle promozioni e del sottocosto tra i due canali di vendita».

Sulla stessa la Confesercenti, che stima nel 2017 la presenza in Italia di 18 mila negozi online, quattro in più ogni giorno. Per questo è necessario, per la confederazione, «intervenire con una web tax più equilibrata e contrastare abusivismo e contraffazione». Centrale, per tutti, è il tema del rilancio dei consumi e dunque, nell'immediato, la battaglia contro l'aumento dell'Iva.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Allo studio l'emissione diretta per le partite Iva che pagano il pieno con credit card

E-fattura automatica per carburanti

■ Un meccanismo di emissione automatica dell'e-fattura quando si paga il pieno di carburante con carte di credito o bancomat: è una delle soluzioni allo

studio per semplificare la gestione dei costi di rifornimento delle partite Iva. L'altra soluzione passa da una triangolazione con le Entrate. **Servizi** ▶ pagina 5

E-fattura con la credit card

Per i pagamenti di carburante si studia l'emissione diretta del documento

Periodo transitorio

Debutto il 1° luglio, non escluso il doppio regime tra nuovo obbligo e vecchie schede

Innovazione

Allo studio le soluzioni per sfruttare i dati «contenuti» nelle carte o nel codice QR

LE CRITICITÀ

Da definire l'uso della moneta elettronica per il rilascio della e-fattura alle imprese con un ampio parco mezzi

Marco Mobili
Giovanni Parente

ROMA

■ Il tempo corre e la scadenza fissata dalla legge di Bilancio per l'addio alla scheda carburante e il debutto dell'e-fattura è sempre più vicina. Per arrivare alla data del 1° luglio senza provocare grossi scossoni sulla gestione dei costi di rifornimento delle partite Iva si sta studiando una serie di semplificazioni. I tavoli tra tecnici dell'amministrazione finanziaria e rappresentanti delle associazioni di categoria puntano soprattutto su una parola: automatismo. Detto in altre parole, un meccanismo che consenta di far partire in tempo reale l'e-fattura al momento in cui si paga il pieno di benzina o diesel con carte di credito, di debito o bancomat. Questo richiede un ruolo attivo da parte dei soggetti che operano nel sistema interbancario. Ma bisogna stabilire tecnicamente una modalità per far corrispondere preventivamente alle carte di pagamento gli elementi anagrafici necessari al gestore per emettere e trasmettere le fatture elettroniche. Il punto d'arrivo è l'invio in automatico della fattura elettronica a chi ha effettuato il rifornimento.

L'altra soluzione allo studio passa da una triangolazione attraverso l'agenzia delle Entrate. In particolare, potrebbe essere rea-

lizzata un'applicazione per consentire la creazione di un codice QR che contiene tutti i dati di fatturazione dell'acquirente. Una delle ipotesi allo studio è quella che potrebbe richiedere una preventiva registrazione su un portale gestito dall'Agenzia o da un altro soggetto terzo.

Ma come funzionerebbe? Uno strumento in dotazione al gestore della stazione di rifornimento potrebbe consentire, anche in questa circostanza, un'immediata associazione con chi acquista i carburanti. Una semplificazione notevole sotto almeno tre punti di vista. Il primo è che consentirebbe di superare l'ostacolo (anche burocratico e lungaggini) di dover acquisire ogni volta i dati di chi effettua il rifornimento. Il secondo è che si supererebbe ogni sorta di "discriminazione" tra gli acquisti di carburante effettuati di giorno e quelli nelle ore serali o notturne, in cui magari è già attivo un servizio di self service che non prevede la presenza di un operatore fisico chiamato poi a raccogliere e registrare il pagamento. Il terzo aspetto - da non sottovalutare - è che un sistema simile sarebbe sperimentato da luglio per i carburanti per poter poi debuttare su larga scala dal 1° gennaio 2019 quando l'obbligo di e-fattura sarà generalizzato per tutte le operazioni tra privati B2B.

La terza via per un accesso un po' meno traumatico all'e-fattura per i rifornimenti di carburanti è quella di un regime transitorio. Un periodo di tempo, che potrebbe ad esempio coincidere con il primo semestre di entrata in vigore e quindi concludersi a fine anno, in cui insieme al debutto della fattura

digitale potrebbe continuare a essere mantenuta la scheda carburante. Una convivenza per consentire soprattutto ai piccoli operatori di adeguarsi con maggiore gradualità alla novità e anche per consentire di adeguare i sistemi interni di gestione, archiviazione e conservazione delle fatture in formato elettronico.

Ma dagli incontri con le associazioni i problemi da superare non mancano. Il rischio maggiore potrebbe essere quello di risolvere una serie di operazioni e adempimenti per gli esercenti ma tutto a discapito della deducibilità dei costi da parte di imprese e professionisti in caso di assenza dell'e-fattura. Un esempio di questo tipo potrebbe riguardare le imprese che hanno un consistente parco macchine. Con l'ipotesi di far semplificare la procedura con la carta di credito, di debito o bancomat si obbligherebbero queste imprese a richiedere una moneta elettronica per ogni veicoli. Un problema simile sussiste per quei soggetti che hanno diritto al rimborso delle accise. Nella fattura deve essere riportata la targa del veicolo se superiore a 7,5 tonnellate, se no si perde il diritto al rimborso. Impensabile associare una targa ad una carta di credito o ancora eliminare l'obbligh-



go della targa del veicolo introdotta per eliminare le possibili casi di frode. Dettagli non di poco conto che però rendono complesso il processo di semplificazione in aggiunta alla scarsa simmetria creata dalla nuova stretta sulle frodi Iva dei carburanti tra le norme sulla deduzione dei costi per i pieni e quelle per le detrazioni dell'Imposta sul valore aggiunto (si veda il servizio in pagina).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le possibili soluzioni



MONETA ELETTRONICA

Al ministero dell'Economia si susseguono gli incontri e i tavoli tecnici con le associazioni degli autonomi, degli autotrasportatori e i rappresentanti delle Entrate e delle Dogane. Tra le ultime ipotesi allo studio sta prendendo piede la possibilità di consentire alle aziende di servizi che operano all'interno del sistema interbancario, la possibilità per chi utilizza carte di debito o di credito per effettuare i pagamenti, di pre-associare alle carte stesse gli elementi anagrafici necessari al gestore per l'emissione e la trasmissione automatica delle fatture elettroniche, contestualmente al pagamento del carburante



IL CODICE QR

L'altra soluzione allo studio per semplificare il debutto dell'e-fattura da luglio per i carburanti passata un'applicazione per consentire la creazione di un codice QR che contiene tutti i dati di fatturazione dell'acquirente. Soluzione che potrebbe richiedere una preventiva registrazione su un portale gestito dall'Agenzia o da un altro soggetto terzo. Uno strumento in dotazione al gestore della stazione di rifornimento potrebbe consentire un'immediata associazione con chi acquista i carburanti. Si tratterebbe di un meccanismo estendibile anche ad altri settori con il debutto dell'e-fattura obbligatoria B2B a partire dal 1° gennaio del prossimo anno



DOPPIO REGIME

Il calendario corre anche in assenza di un Esecutivo nei suoi pieni poteri e la data del 1° luglio 2018 è sempre più vicina. Da quel giorno la legge di bilancio per il 2018 ha previsto che per tutti gli acquisti dovranno essere effettuati con carta di debito o di credito e per farsi riconoscere il diritto alla deduzione del costo i titolari di partita Iva dovranno farsi rilasciare dai gestori la fattura elettronica, senza più utilizzare la scheda carburanti. Non si esclude, però, una doppio regime almeno per gestire il periodo di sperimentazione iniziale rinviando l'addio alla scheda carburanti facendola convivere, a scelta dell'acquirente, con l'emissione dell'e-fattura.

MA, COMPLICE IL SUPER-EURO, LA REDDITIVITÀ È AI LIVELLI PIÙ BASSI DEGLI ULTIMI 10 ANNI

Inditex (Zara) corre con l'online

Il gigante spagnolo dell'abbigliamento ha archiviato il 2017 con utili in aumento del 7% a 3,4 miliardi. L'e-commerce, che vale il 10% delle vendite, è cresciuto addirittura del 41%

DI TOMMASO PALAZZI

Non si ferma la crescita di Inditex. Il colosso spagnolo dell'abbigliamento, che controlla i marchi Zara e Massimo Dutti, oltre a Bershka, Springfield, Oysho e Pull&Bear, ha chiuso il 2017 con un utile netto in crescita del 7% a 3,4 miliardi di euro, in linea con le attese degli analisti, a fronte di ricavi per 25,3 miliardi (+9%). L'ebit ha raggiunto quota 4,3 miliardi, in rialzo del 7%, mentre il margine operativo lordo è risultato pari al 56,3%. Nonostante i risultati siano più che positivi, il passo appare leggermente più lento rispetto a quello evidenziato da

Inditex nel 2016, quando vendite e profitti avevano registrato un incremento a doppia cifra percentuale. Molti analisti hanno rilevato che nel 2017 Inditex ha evidenziato i livelli di redditività più bassi degli ultimi dieci anni, complice anche l'apprezzamento dell'euro, tuttavia la situazione resta rosea, se confrontata con quella di altri protagonisti del cosiddetto «fast fashion». Il canale e-commerce rappresenta comunque una nota positiva nell'ambito del giro d'affari di Inditex, che ha dimostrato di essere al passo coi tempi ben più dei concorrenti svedesi di H&M, i quali dedicheranno tutto il 2018 al ripensamento della strategia digital. L'e-commerce,

vale il 10% delle vendite di Inditex, l'anno scorso è infatti salito del 41%. Proprio nel 2017 l'e-shop del marchio ammiraglio Zara è stato lanciato nel Sud-Est asiatico e in India, mentre è in fase di decollo in Australia e Nuova Zelanda. Punti di forza di Inditex sono anche l'ottimizzazione del retail e il potenziamento della shopping experience; circa 120 store di Zara nel mondo vedranno, ad esempio, l'introduzione di display per la realtà aumentata a partire da aprile, pronti ad attirare i millennials e la generazione Z. Da segnalare infine che il cda di Inditex proporrà la distribuzione di un dividendo in crescita del 10% a 0,75 euro per azione. (riproduzione riservata)



CENTRI COMMERCIALI

L'e-commerce non eliminerà il negozio

di **Evelina Marchesini**

«Il mondo dei centri commerciali gode di buona salute: le affluenze e i fatturati sono costanti, nonostante la crescita dell'e-commerce; i centri commerciali aperti o ampliati negli ultimi due anni stanno registrando straordinari successi. Il settore però è in grande trasformazione». Ad affermarlo è Massimo Moretti, presidente di Cncc, il Consiglio nazionale dei centri commerciali che organizza il III Legal Forum a Milano il prossimo 21 marzo, nell'ambito del quale si farà il punto della situazione sul bilancio tra le vendite online e quelle "fisiche" nei negozi.

A fare il bilancio sul settore retail è Raffaella Pinto, head of research di Cbre Italy, che anticipa al Sole 24 Ore i principali risultati di un report ad hoc. Secondo il quale il negozio fisico non è assolutamente morto, né rischia l'estinzione a scapito delle vendite via internet. Però sicuramente è oggetto di un forte cambiamento. Dall'ultima indagine Cbre sulle intenzioni di investimento sul mercato immobiliare Italiano realizzata su un campione di quasi 60 investitori, domestici ed internazionali, attivi sul mercato italiano, è emerso che la maggior parte delle preferenze per il 2018, il 23%, premia ancora una volta il settore retail, a conferma del fatto che le prospettive continuano a essere positive.

Certo, sta cambiando l'importanza dei vari sotto-settori che lo compongono, con una maggiore popolarità per il settore "high-street" e una minore per i centri commerciali. Inoltre la quota di chi ha scelto il retail come settore

preferito dove investire nel 2018 si è contratta in modo significativo rispetto al 2017, dal 33% al 23%. È in corso una rivoluzione tecnologica che sta cambiando il mondo del retail, un cambiamento che trova nel settore logistico un buon alleato per la sopravvivenza. Oggi il retail è sempre più polarizzato tra esperienza ed efficienza: il negozio fisico è il luogo dell'esperienza ed una buona supply-chain garantisce quell'efficienza nella consegna degli acquisti online e nella gestione del reso che oggi è essenziale per sublimare l'esperienza dell'acquisto e per fidelizzare il cliente al brand.

L'evoluzione deve però avvenire anche da un punto di vista normativo e legale. «Anche le regole d'ingaggio giuridiche devono adeguarsi - spiega Moretti -. Il settore retail in Italia occupa 550 mila addetti e l'auspicio è che chi dà lavoro e contribuisce enormemente dal punto di vista fiscale e crea sviluppo economico, non sia penalizzato nei confronti del canale puro e-commerce, che gode nel silenzio generale di un disallineamento normativo e fiscale. Viva la competizione, insomma, ma ad armi pari».

Gli spazi di crescita del retail in Italia sono comunque ancora ampi, soprattutto se si ragiona in un'ottica internazionale. Uno dei parametri utilizzati dagli investitori stranieri e dagli addetti ai lavori è la densità degli spazi relativi ai retail center, misurata come metri quadrati per abitante. Negli Stati Uniti, come si legge nel report di Cbre, la densità dei centri commerciali è di 23,5 metri quadrati per abitante, in Canada di 16,4 metri quadrati, nel Regno Unito si scende a 4,6. Ma in Italia siamo ancora a 2,8 metri quadrati per abitante, in coda anche rispetto alla Spagna e solo prima della Germania.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Fintech. Si moltiplicano le piattaforme - La start up del Politecnico

Algoritmi e sconti I crediti tra imprese diventano digitali

La gestione del circolante è in tempo reale

SCHOOL OF MANAGEMENT

L'Osservatorio evidenzia una crescita delle soluzioni hi-tech per monetizzare il credito verso i clienti

Luca Orlando

MILANO

■ «Pago subito. Se mi fa uno sconto».

Dinamiche previste da sempre nella filiera commerciale ma che ora trovano automatismi tecnologici impensabili, con il dynamic discounting a rappresentare una delle frontiere più promettenti del fintech orientato alle Pmi. Consentendo ad esempio alla grande catena distributiva e alla sua platea di fornitori, senza alcuna telefonata, di trovare attraverso un algoritmo l'equilibrio tra tempi di pagamento e sconto.

Lo sviluppo della tecnologia (oltre che la creatività) alimenta infatti una varietà di nuovi metodi di finanziamento dei crediti commerciali, che per l'Italia arrivano alla cifra monstre di 637 miliardi. Una massa "liberata" solo in parte (23%), come evidenzia la quinta edizione dell'Osservatorio Supply Chain Finance della School of management del Politecnico di Milano, e comunque utilizzando soprattutto le soluzioni tradizionali, come l'anticipo fattura, che da solo vale 75 miliardi. Strada comunque sempre meno battuta (-13,8%), mentre sono in crescita il factoring tradizionale (+6,6% a 58 miliardi) e il reverse factoring (3 miliardi, +7%), che permette ai fornitori di sfruttare il merito creditizio di un'azienda cliente per ottenere prezzi più bassi. Sono però le formule più innovative a mostrare i tassi di crescita maggiori, grazie anche

alle possibilità offerte dalle nuove tecnologie. L'anticipo fattura viene così gestito attraverso aste competitive, in cui potenziali finanziatori acquistano i titoli in attesa del pagamento futuro, settore nato da un paio d'anni. Altra formula che si va diffondendo è quella dello sconto dinamico, dove cliente e fornitore negoziano condizioni diverse a seconda dei tempi di pagamento. «Lo sconto cassa - spiega il direttore dell'Osservatorio Federico Caniato - è sempre esistito ma ora vediamo ai blocchi di partenza progetti nuovi e start-up che mettono a disposizione piattaforme tecnologiche per gestire in modo strutturato queste soluzioni».

Nello schema proposto da Findynamic, insediata a Milano in PoliHub, nove addetti che a breve diverranno 12, il cliente fissa un rendimento e i fornitori che ci stanno accettano lo sconto, incassando prima del previsto. «Scenario win-win - spiega il fondatore Enrico Viganò - perché così il cliente aumenta il rendimento della propria liquidità mentre il fornitore smobilizza a costi inferiori rispetto agli strumenti tradizionali».

Altro esempio è Plusadvance, fondata da Massimiliano Gattari. «Lavoriamo con le grandi catene della Gdo - spiega l'imprenditore - che propongono sulla piattaforma il rendimento atteso mentre il fornitore indica lo sconto ritenuto accettabile. Non serve altro, è il sistema a fare il match. Tra poco il progetto pilota sarà operativo, già ora il rendimento è del 4,5%, il fornitore invece incassa 25-30 giorni in anticipo rispetto a quanto pattuito».

I margini di manovra per il finanziamento del circolante in Italia sono rilevanti, tenendo

conto di un tempo medio di incasso dei crediti commerciali di 98 giorni. L'Osservatorio evidenzia una forte crescita delle start-up, realtà che offrono nuovi servizi basati su piattaforme digitali per ridurre le interazioni umane e accelerare i tempi: un modo per ottimizzare la liquidità all'interno della filiera in favore delle Pmi. «Categoria - aggiunge Caniato - che continua ad avere difficoltà in termini di accesso al credito e che dunque alimenta un nuovo mercato, che le start-up iniziano a cogliere. Si tratta di una quota di transazioni ancora marginale ma si vede altrettanto chiaramente che ci troviamo in una fase di grande fermento e trasformazione». Con l'ingresso sul mercato anche di operatori non tradizionali, come gruppi assicurativi che avviano iniziative ad hoc. Fonderie Tacconi, gruppo da 700 addetti e 120 milioni di ricavi, ha ottenuto da una società del gruppo Groupama 3,6 milioni di anticipo sulla base di contratti con Bmw Lamesda oltre 30 milioni. «Anche in passato società di factoring offrivano fondi sulla base delle lettere d'intenti - spiega il presidente Luca Tacconi - ma la novità in questo caso è stata la creazione di un fondo ad hoc per gestire in modo dedicato queste operazioni. Dovendo investire fin da subito in nuovi impianti e attrezzature è cruciale poter disporre di fondi in via immediata, sono soluzioni decisamente interessanti che si stanno diffondendo». In manovra è comunque anche il comparto bancario, con gli istituti tradizionali ad aver già attivato numerosi accordi di filiera: meccanismi che sfruttano la solidità dei clienti finali, spesso esportatori, per abbattere i costi dei finanziamenti dei fornitori a monte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



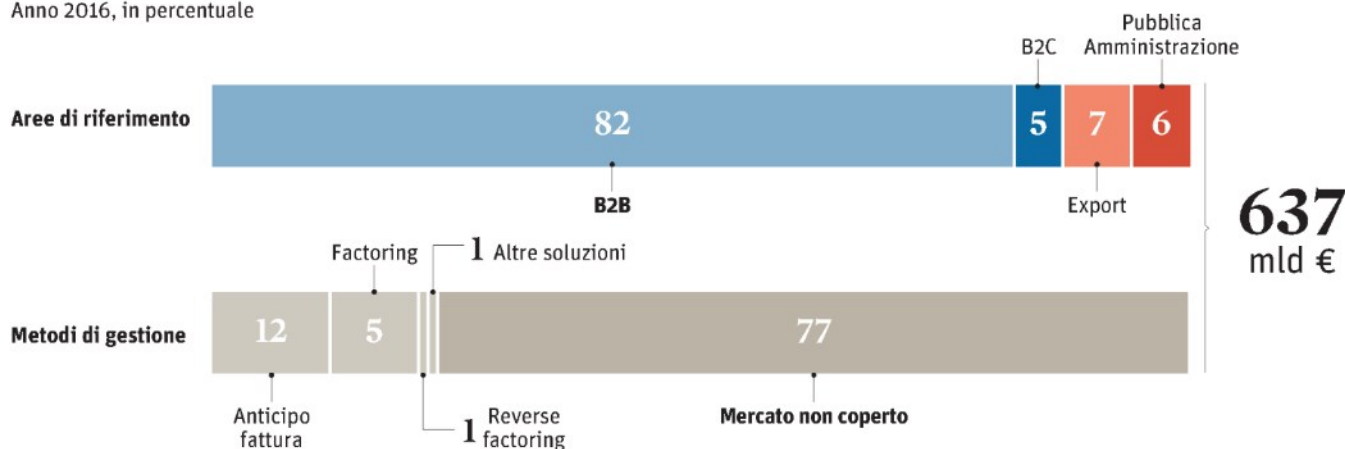
Schemi innovativi per il finanziamento dei crediti commerciali

TUTTO ALL'ASTA	SCONTO ON LINE	BASTA L'ORDINE	SALE IL MERITO
<p>Invoice auction Si tratta di marketplace per l'anticipo fattura basati su piattaforme tecnologiche che consentono a terze parti con disponibilità di capitali (istituzioni finanziarie e non e, in alcuni casi anche singole persone) di investire nelle fatture emesse dalle aziende. I modelli di business sono diversi: in alcuni casi si tratta di vere e proprie aste, in altri di piattaforme in cui è lo stesso gestore ad investire o ancora di schemi di comparazione; alcune cessioni avvengono pro-solvendo, altre pro-soluto. Sistema partito da zero, dove operano una decina di start-up, che in poco più di due anni è arrivato a transare oltre 30 milioni di controvalore al mese.</p>	<p>Dynamic Discounting Soluzione tecnologica che consente il pagamento anticipato da parte del cliente a fronte di uno sconto da parte del fornitore sull'importo della fattura proporzionale ai giorni di anticipo, concordato dinamicamente per ciascuna transazione. Il vantaggio dello schema è il suo automatismo: il cliente dotato di disponibilità liquide, che vuole aumentarne i rendimenti, indica il tasso annualizzato che intende ottenere mentre il fornitore inserisce lo sconto che è disponibile ad accettare per pagamenti immediati o comunque più rapidi rispetto ai tempi pattuiti. È poi l'algoritmo ad effettuare il "matching" tra domanda e offerta.</p>	<p>Purchase order finance Soluzione che permette ad un'impresa di utilizzare un ordine ricevuto da un cliente con elevato merito creditizio come garanzia per ottenere un finanziamento. In questo caso non è necessario avere in mano una fattura ma è sufficiente un impegno da parte del cliente, in alcuni casi basta anche una lettera d'intenti. Lo schema è utilizzato spesso per commesse pluriennali ad alta visibilità e certezza, come capita nell'ambito dei settori dell'aerospazio e dell'automotive, che richiedono ingenti investimenti per l'avvio delle produzioni richieste. L'ordine iniziale di fatto sblocca parte dell'incasso previsto, sostenendo l'attività aziendale.</p>	<p>Reverse Factoring È modalità operativa del Factoring in cui un cliente di elevato merito creditizio attiva una partnership con un factor per favorire la cessione delle fatture dei propri fornitori che quindi sfruttano il merito creditizio del cliente per ottenere prezzi più bassi rispetto alla modalità diretta. Nella modalità evoluta l'erogazione del credito avviene in presenza di maggiori informazioni operative, a fronte di un minor rischio e di una conseguente riduzione del costo del finanziamento. Si basa su una piattaforma tecnologica che intercetta le fatture e consente al fornitore di selezionare quali fatture far rientrare nel programma.</p>

Origine e gestione dei crediti commerciali

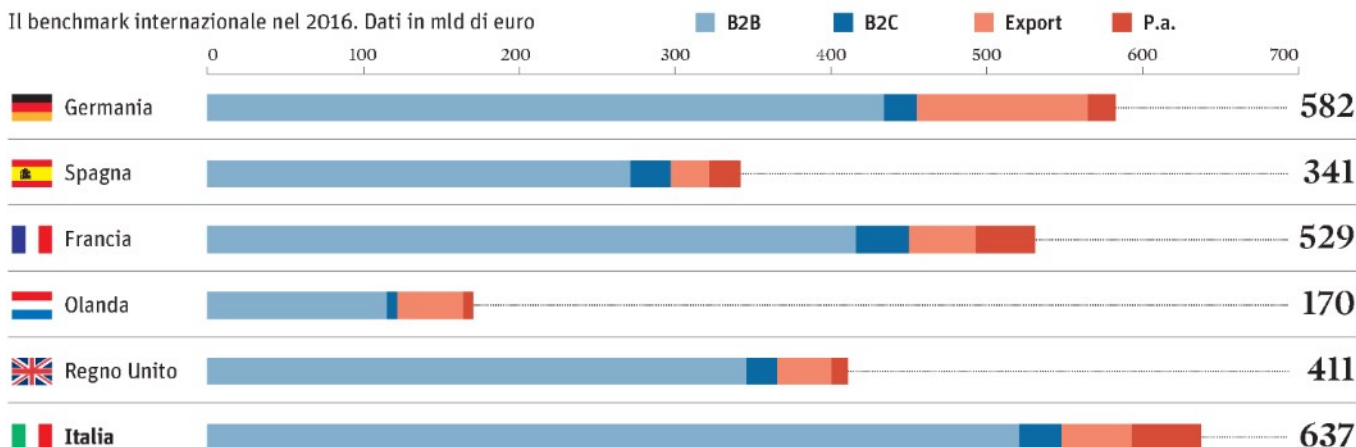
IL SETTORE IN ITALIA

Anno 2016, in percentuale



IL CONFRONTO IN EUROPA

Il benchmark internazionale nel 2016. Dati in mld di euro



Fonte: Osservatorio Supply Chain Finance; Osservatori.net; Politecnico di Milano

Francia all'attacco di Mountain View e di Apple

di *Mattia Franzini*

Il ministro dell'economia francese, Bruno Le Maire, ha annunciato che lo Stato citerà in giudizio i giganti tecnologici americani, Apple e Google, per «pratiche commerciali sleali» e ha aggiunto che la sanzione potrebbe ammontare a 2 milioni di euro. «Io credo in un'economia fondata sulla giustizia e porterò Google e Apple davanti al tribunale di Parigi per pratiche commerciali sleali», ha dichiarato in un'intervista all'emittente Rtl. Le Maire ha spiegato di essere stato informato che Apple e Alphabet Google hanno imposto unilateralmente i prezzi e le modifiche del contratto agli sviluppatori che vendono software su Google Play e sull'App Store di Apple. «Per quanto potenti siano, Google e Apple non possono trattare le nostre start-up e i nostri sviluppatori come fanno». L'autorità francese contro le frodi ai consumatori, la Dgccrf, ha confermato in una successiva dichiarazione di aver iniziato un'azione legale contro i due gruppi tecnologici statunitensi. La portavoce di Google, Mathilde Mechin ha dichiarato: «Riteniamo che i nostri termini siano conformi alle leggi francesi e non vediamo l'ora di presentare il nostro caso in Tribunale. Con oltre mille download al secondo Google Play è un ottimo strumento per gli sviluppatori europei di app, piccoli e grandi, inclusi molti in Francia, di distribuire le loro app a persone di tutto il mondo». Una portavoce di Apple ha preferito invece non rilasciare commenti. (riproduzione riservata)



Sparkasse sceglie la fintech Satispay

di *Stefano Caiazzo*

La Cassa di Risparmio di Bolzano ha scelto la fintech Satispay per offrire alla propria clientela servizi di pagamenti mobile. Satispay è un servizio di mobile payment che può essere utilizzato da chiunque abbia un conto corrente bancario per pagare in negozi o siti di e-commerce convenzionati. «Per la nostra clientela business» ha dichiarato l'ad di Sparkasse (la prima banca a introdurre Satispay nella regione) Nicola Calabrò «significa accedere a un servizio di mobile payment molto competitivo rispetto alle carte di credito e debito ma altrettanto sicuro, mentre per i clienti privati, oltre all'opportunità di gestire comodamente i pagamenti via smartphone, significa poter avere accesso a tutti i vantaggi riservati alla community». (riproduzione riservata)



Pagamenti digitali, incentivi per convincerci

L'Italia è fanalino di coda in Europa e c'è chi pensa come allettarci a usare meno il contante.

 **1 centesimo**
La commissione che paga il barista se il cliente pagò il caffè con la carta

Il mercato dei nuovi pagamenti digitali (e-commerce, e-payment, mobile payment, contactless, mobile Pos) supera i 46 miliardi di euro, vale il 21 per cento dei pagamenti digitali con carta (nel 2016 erano il 15 per cento) e potrà superare i 100 miliardi di euro nel 2020. A dirlo è l'Osservatorio Digital innovation del Politecnico di Milano, secondo cui nel 2017 l'acquisto di beni e servizi e il pagamento di ricariche, bollette e tasse tramite pc o tablet con carta di credito o tramite wallet hanno raggiunto quota 20,3 miliardi (+ 10 per cento rispetto a un anno prima), mentre gli acquisti con smartphone sono cresciuti del 65 per cento a 5,8 miliardi. Sono stati oltre 8 milioni, calcola ancora l'Osservatorio, i parcheggi pagati tramite cellulare in 240 Comuni.

Per incentivare sempre più i pagamenti digitali e accorciare le distanze dal resto d'Europa, che resta ancora molto lontana, scende in campo anche Nexi (la società di servizi di pagamento che ha «ereditato» CartaSi) che scommette sui micropagamenti con una serie di iniziative. In Italia i pagamenti digitali rappresentano il 20 per cento del totale contro il 40 della media europea, il 65 della Gran Bretagna e l'85-90 del nord Europa. Recuperare questo gap permetterebbe di liberare risorse importanti e



20%

I pagamenti digitali nel 2017: erano il 12,9% nel 2010.



**1.000
PREMI AL GIORNO**

L'iniziativa #iovinco per chi spende almeno 2 euro senza moneta

1,5 MILIARDI
I minori costi raddoppiando i pagamenti digitali

l'obiettivo è proprio quel 40 per cento che oggi è il valore medio in Europa.

«Dobbiamo partire dai micropagamenti» spiega Andrea Mencarini, direttore Business unit Issuing di Nexi «perché ci sono oltre 100 milioni di carte ma non vengono usate per pagamenti inferiori ai 30 euro, per motivi psicologici, perché il commerciante ha fretta... Stiamo anche investendo su 800 mila Pos, oggi per metà contactless, che devono diventarlo al 100 per cento. Stiamo sostituendo i modem, per rendere più veloci i pagamenti». «E poi rimborseremo le commissioni per i pagamenti sotto i 10 euro, con un costo per noi di 5 milioni, perché c'è la percezione di alti costi di transazione, che invece sono sempre l'1 per cento, 1 cent per un caffè» continua.

«Per chi acquista invece abbiamo pensato a #iovinco, con oltre mille premi al giorno per chi spende più di 2 euro: ci costa 4 milioni di euro e diamo un premio al 25 per cento dei clienti. Se siamo nella top 3 mondiale dei telefonini, dobbiamo esserlo anche nei pagamenti» conclude Mencarini. (R.E.)

La Lente

Criptovalute, stretta di Google e Facebook E il Bitcoin crolla

di **Corinna De Cesare**

Anche Google, dopo Facebook, vieta la pubblicità di criptovalute. «Non abbiamo la sfera di cristallo nel sapere dove il futuro sta andando con le criptovalute ma abbiamo visto danni a sufficienza per i consumatori» ha spiegato Scott Spencer di Google analizzando i motivi alla base della scelta per cui dal prossimo giugno la controllata di Alphabet vieterà tutti gli annunci relativi alle monete virtuali. Facebook ha fatto la stessa cosa a fine gennaio. Dopo le istituzioni quindi, si allarga anche alle aziende il fronte no-bitcoin tant'è che ieri la notizia ha portato i Bitcoin ai valori minimi da un mese, -10% a 8.250 dollari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PARTERRE

Google banna le inserzioni e il Bitcoin scivola a 8mila

Nuova gatta da pelare per il Bitcoin. Google ha annunciato che bannirà le inserzioni che sponsorizzano le criptovalute in essere, così come quelle relative alle nuove Ico (Initial coin offering). La scure sarà difatti operativa da giugno. Un annuncio che ha subito avuto un effetto pesante sul mercato. Il Bitcoin ha ceduto nelle ultime 24 ore quasi il 10% scivolando in area 8mila dollari, come non accadeva da un mese a questa parte. In rosso tutte le altre principali criptovalute, da Ethereum a Ripple, da Bitcoin cash a Litecoin. Nel complesso la capitalizzazione delle criptovalute è scesa a 330 miliardi. Nella settimana che ha preceduto l'ultimo Natale il valore invece aveva raggiunto il massimo di tutti i tempi a 800 miliardi. In tre mesi sono andati in fumo quasi 500 miliardi in un settore che resta sotto i riflettori soprattutto per le svolte regolamentari che a detta degli esperti dovranno arrivare in futuro. Il motivo per cui anche Google al momento ha deciso di prendere le distanze da questo mondo è proprio questo: si attende che gli organismi regolatori forniscano maggiore chiarezza. (V.L.)



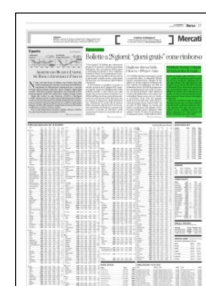
Panorama

Pubblicità "tossica" e bitcoin Arriva la stretta di Google

Stretta di Google sulle pubblicità "tossiche", quelle che infettano i nostri dispositivi con virus malevoli e phishing, ma anche sugli annunci che riguardano le criptovalute come i bitcoin. Nel 2017 l'azienda di Mountain View, che detiene una grossa fetta di pubblicità online, ha rimosso 3,2 miliardi di annunci che violavano le sue norme. Al ritmo di 100 pubblicità cancellate al secondo. Sono i numeri nel rapporto Bad Ads.

Nel corso del 2017 Google ha bloccato 79 milioni di spot che cercavano di indirizzare gli utenti su siti che ospitavano virus e ha rimosso 400 mila siti non sicuri. «L'anno scorso - sottolinea Spencer - abbiamo sospeso più di 7 mila account AdWords. Nel 2016 erano stati 1.400».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Google banna il bitcoin

Da giugno il motore di ricerca vieterà le pubblicità di criptovalute
Wall Street Journal
a pagina 4

LE PUBBLICITÀ DELLE CRIPTOVALUTE SARANNO VIETATE A PARTIRE DAL PROSSIMO GIUGNO

Google fa lo sgambetto al bitcoin

Da tempo il gruppo ha messo al bando i banner di merci contraffatte o prodotti pericolosi come armi e droga. No comment del gruppo sull'entità delle potenziali entrate che verrebbero meno

THE WALL STREET JOURNAL

DI LARA O'REILLY
E DOUGLAS MACMILLAN

Google sta seguendo le orme di Facebook e intende mettere al bando gli annunci pubblicitari su criptovalute e altri prodotti finanziari speculativi divulgati mediante le proprie piattaforme. La nuova policy entrerà in vigore a partire dal prossimo giugno e riguarderà gli spazi acquistati presso la rete di ricerca e pubblicità display del colosso fondato da Larry Page e Sergej Brin, così come la controllata YouTube. Saranno oggetto di limitazione anche gli annunci che promuovono metodi non tradizionali per puntare sui futuri movimenti dei prezzi di azioni e del mercato dei cambi, come le opzioni binarie e lo spread-betting. Facebook ha aggiornato la propria politica sulla pubblicità al fine di vietare la pubblicazione di annunci su prodotti finanziari dello stesso genere lo scorso 30 gennaio.

La crescente popolarità e l'impennata dei prezzi del bitcoin e di altre valute virtuali hanno attirato gli esperti di truffe verso la pubblicità online. Un nuovo strumento nell'arsenale dello scammer è il cosiddetto crypto-jacking, ovvero l'inserimento di linee di codice in siti web o annunci per sfruttare surretti-

ziamente la potenza di calcolo del pubblico che naviga sul web. Questa potenza di calcolo viene impiegata per minare una criptovaluta. A suo dire, la più nota controllata di Alphabet l'anno scorso avrebbe rimosso oltre 130 milioni di annunci usati dagli hacker per minare criptovalute, una percentuale molto ridotta delle pubblicazioni pubblicitarie sulla rete di Google. Scott Spencer, direttore degli annunci pubblicitari sostenibili di Google, non ha voluto commentare l'entità delle potenziali entrate pubblicitarie che potrebbero sfumare con la nuova politica, affermando che si è trattato di una decisione volta a prevenire un danno ai consumatori. Da tempo, il gruppo ha messo al bando la pubblicità di merci contraffatte o prodotti pericolosi, come armi e droga. Le autorità finanziarie stanno osservando con la massima attenzione il multimiliardario mercato statunitense della raccolta di fondi mediante criptovalute, sollevando quesiti su come tali attività possano essere regolate

in futuro. All'inizio del mese la Sec ha messo in guardia gli exchange di criptovalute, che rischiano di essere dichiarati illegali in quanto non hanno reso nota la ratio secondo cui

le monete vengono selezionate per essere acquistate e vendute sui loro siti.

Oltre alla notizia sulle nuove disposizioni riservate alle criptovalute, Google ha fatto sapere in un post di avere eliminato nel 2017 più di 3,2 miliardi di annunci che avevano violato la policy, tra cui quelli che tentavano di condurre gli utenti su siti zeppi di malware o tentativi di phishing. In aggiunta, la società ha dichiarato di aver rimosso 1,7 miliardi di annunci non validi nel 2016. Alcuni sono però penetrati oltre i meccanismi di difesa, che prevedono una combinazione di tecnologia e migliaia di revisori di contenuti in carne e ossa, ma Spencer ha spiegato che si tratta di qualche centinaio a fronte di miliardi di minacce. Nel complesso, il gigante di Mountain View ha affermato di avere allontanato 320 mila publisher dalla propria rete pubblicitaria nel 2017, mentre circa 90 mila siti web e 700 mila app mobili sono stati inseriti in una blacklist.

traduzione di Giorgia Crespi



Il caso. La startup bresciana Inxpect crea il pulsante smart per la sicurezza dei dipendenti che ferma le macchine

Così i robot vedono gli umani

LA TECNOLOGIA

Il device potrebbe superare il problema dei sistemi attuali che rischiano spesso di bloccare la produzione anche quando non serve

Alberto Magnani

MILANO

■ A vederlo sembra un bottone, senza troppe pretese estetiche. Ma la sua tecnologia entra nel vivo di una sfida ingaggiata anche da colossi come Volkswagen: la progettazione di sensori smart per le fabbriche, capaci di indicare ai robot quando arrestarsi in presenza di umani.

Lbk-So1, sviluppato dalla startup bresciana Inxpect, è una soluzione sensoristica radar che tenta di andare oltre gli attuali dispositivi per la sicurezza impiegati nelle aziende. Il valore aggiunto, a dire dei suoi creatori, sta in una maggiore precisione della rilevazione: la capacità di discernere i dipendenti umani, senza farsi distrarre da segnali equivoci come fumo o rumori imprevisti. Come? Il device genera una sorta di «cella virtuale» attorno al macchinario, filtrando i dati raccolti e scremando quelli dissociati da un pericolo diretto per gli umani. Una tutela che rende superflui i vecchi recinti e facilita la cooperazione tra dipendenti e macchine anche nella grande produzione industriale.

Già esposto in anteprima in fiera di settore, Lbk-So1 farà il suo debutto sul mercato fra aprile e maggio sotto forma di kit a «pacchetto completo». Il radar può essere installato sia a terra che sul macchinario, dalle fonderie agli automi di ultima generazione. «L'intenzione è di venderne dai 1.500 ai 3 mila nel primo anno. Siamo cauti perché siamo agli inizi e dobbiamo testare il mercato» spiega Luca Salgarelli, amministratore delegato di Inxpect, azienda nata nel 2015 con un round di finanziamento da 2,5 milioni. «Tutti da privati» precisa Salgarelli, folgorato dall'idea di un sensore smart quando lavorava in un'azienda dell'anti-intrusione. Finora il mercato da 4,5 mi-

liardi della safety industriale si è concentrato su sensori che sfruttano tecnologie ottiche (sistemi che «vedono» i dipendenti), di pressione (come i tappetini distesi sotto le macchine, fatti apposta per segnalare il pericolo quando vengono calpestati) o i più classici laser, sperimentati anche da Volkswagen nelle sue «zone di sicurezza dinamica»: uno scanner di sicurezza capace di identificare i movimenti del dipendente, suggerendo alla macchina come comportarsi. Soluzioni che funzionano ma provocano «un mal di testa continuo» ai plant manager, i responsabili di stabilimento, costretti al compromesso fra sicurezza e tasso di produttività. Sela macchina va in crisi al primo movimento sospetto, come succede alle tecnologie già rodute, rischia di far perdere tempo prezioso alla tabella di marcia di uno stabilimento. Il prodotto di Inxpect, in teoria, elimina l'handicap riducendo al minimo indispensabile l'arresto dei macchinari.

Tra i destinatari della tecnologia ci sono robot collaborativi (i cosiddetti cobot), macchine per il packaging, apparecchiature per la movimentazione del materiale, imbottigliatori. Nel complesso, spiega Salgarelli, la startup mira a «sostituire, uno per uno, i sensori già installati - dice -. E questo vuol dire inserirsi nel mercato dei dispositivi di sicurezza industriale, che vale circa 90 milioni di euro, e in quello più vasto dei sistemi anti-intrusione: un giro d'affari da 25 miliardi nel mondo e 84 milioni solo nel nostro paese». La società progetta di chiudere il 2018 con un fatturato fra i 2 e i 2,5 milioni di euro, per salire a 10 milioni entro il 2019. La moltiplicazione di ricavi non si accompagna, per ora, a un pronostico sul raggiungimento del break-even. Salgarelli sostiene che il pareggio «potrebbe arrivare anche nel 2019», ma anche che «non pensiamo di andare subito in positivo - dice -. Vogliamo spingere il più possibile sugli investimenti per raffinare il prodotto. Poi si vedrà».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Società Esce oggi il nuovo saggio di Massimo Gaggi (Laterza) sulle trasformazioni della vita e del lavoro

L'uomo nuovo arriva sul web

Dalla rivoluzione digitale emergono un'élite privilegiata e masse impoverite

di **Aldo Grasso**

Stiamo vivendo la più grande rivoluzione antropologica che l'umanità abbia mai conosciuto e non ce ne accorgiamo. O meglio, si qualcosa intuiamo perché lo smartphone ci fa sentire al centro del mondo, perché siamo affascinati dalle infinite possibilità offerte da Internet e dai suoi motori di ricerca, perché siamo sui social e possiamo dire finalmente la nostra, perché leggiamo dei progressi raggiunti dalle biotecnologie che modificano e allungano la vita, perché l'intelligenza artificiale viene in soccorso alla nostra, che non sempre si è dimostrata all'altezza.

Come Fabrizio del Dongo ne *La certosa di Parma* di Stendhal siamo nel cuore di cambiamenti epocali: il marchese vagava intorno all'umido campo di battaglia di Waterloo senza capire bene cosa stesse succedendo. Ci sono persone (lo scrivente appartiene al gruppo) che hanno una straordinaria capacità di manifestare sempre una sorta di inadeguatezza di fronte ai grandi cambiamenti. Insomma, sono prigionieri della famosa domanda che Fabrizio rivolge al tenente degli Ussari: «Signore, ma questa è davvero una battaglia?».

Sì è una grande battaglia, un vero e proprio sconvolgimento. Per fortuna, in veste di preziosa guida, è appena uscito un libro di Massimo Gaggi, *Homo premium. Come la tecnologia ci divide* (Laterza), che ci aiuta a fare i conti con una nuova realtà, ma soprattutto con una generale sottovalutazione dell'impatto che la rivoluzione digitale sta avendo non solo sul lavoro, ma anche sui rapporti sociali, sulla politica, persino sulla nostra salute. Intanto la Old Economy del petrolio è stata superata dai nerd della Silicon Valley, il mondo delle tecnologie digitali è dominato da cinque gruppi — Google, Amazon, Facebook, Microsoft e Apple — dietro i quali un numero crescente di voci denuncia la diffusione di pratiche oligopolistiche o, addirittura, la formazione di monopoli di fatto.

Tutto è connesso, tutto si tiene, tutto si smaterializza. Ma nel mondo digitale non tutto è oro quello che sberlucchia e finché vivremo la tecnologia come gadget, come gratuità, come suggestione visionaria, rischiamo di essere travolti dalle macchine senza più essere in grado di dominarle. Gaggi ne è ben cosciente: «Questo libro nasce dalla convinzione — maturata in viaggi e incontri con esponenti di imprese tecnologiche negli Stati Uniti, oltre che nel confronto con esponenti politici e sociali americani, europei e anche italiani — di una generale sottovalutazione dell'impat-

to che la rivoluzione digitale sta avendo non solo sul lavoro, ma anche sui rapporti sociali, sulla politica e, addirittura, sulla salute dell'uomo». E la sottovalutazione non può che portare alla nascita di una figura sociale, tanto nuova quanto inquietante, quella che dà il titolo al libro, *l'homo premium*. Chi è quest'uomo? È un uomo molto ricco, bello, fisico da atleta e intelligenza da Ivy League, ma è un uomo che si lascia alle spalle enormi gruppi sociali svantaggiati «che già oggi non solo conducono una vita più modesta, ma vivono anche mediamente di meno, come conseguenza di una serie di fattori sanitari, sociali, alimentari e legati all'istruzione, diversamente combinati nelle varie aree del mondo».

È questo il mondo che ci attende al termine, se termine ci sarà, di questa rivoluzione continua? La favola della Silicon Valley, il mito di un mondo esteticamente migliore creato da Steve Jobs, il sogno della libertà a portata di tastiera sono finiti, esplosi come una bolla di sapone?

C'è una parola con cui dovremo fare i conti, perché è una delle chiavi del nostro domani, la parola è *blockchain*. L'economia del futuro potrebbe assumere le sue sembianze perché è una parola «nella quale qualche "evangelista" della rete già vede il vessillo di una riedizione, nel terzo millennio, della controcultura californiana degli anni Sessanta e Settanta, viene invocata per promuovere la democrazia diretta elettronica e una rivoluzione dell'organizzazione amministrativa dello Stato».

Più che una tecnologia, la *blockchain* è un paradigma che serve a interpretare il grande tema della decentralizzazione e della partecipazione, un modo destinato a rivoluzionare profondamente il sistema economico, modificando alla base i concetti di transazione, proprietà e fiducia. Per questo, com'è ovvio, esistono diverse declinazioni, diverse interpretazioni e diverse definizioni della *blockchain*. Per ora, si manifesta come un registro diffuso, dove si tiene traccia di ogni movimento senza possibilità di adulterazione, dato che sarebbe necessario alterare le migliaia di nodi su cui le transazioni vengono registrate. È usata, pur fra molte perplessità, per le criptovalute, tipo i bitcoin, ma alcuni sostengono che questa tecnologia cambierà la nostra vita, promette di mandare in pensione notai, servizi di *cloud storage*, votazioni cartacee, uffici brevetti, ecc.

Nel raccontare questi grandi cambiamenti, Gaggi non si abbandona alla tecnofobia, ma si mantiene saggiamente scettico, prudentemente sapiente. Non è come Fabrizio del Dongo. Ha ben chiara la situazione, se mai la condisce con una punta di



amarezza pasoliniana. Se vivremo in un mondo dominato dall'intelligenza artificiale, diventeremo schiavi dei robot? «Nelle rivoluzioni precedenti — scrive Gaggi — le braccia dell'agricoltura erano passate all'industria e quando anche qui erano arrivati i robot, quelle delle fabbriche erano emigrate verso lavori di maggior contenuto cognitivo. Ma ora l'intelligenza artificiale comincia a sostituire anche molte mansioni intellettuali degli addetti ai servizi e di varie categorie di professionisti: analisti, medici, commercialisti, agenti di viaggio, giornalisti, perfino avvocati».

C'è il grande rischio che i nuovi leader politici siano persone che proclamino il loro impegno sociale con ispirati manifesti comunitari, ma che sorvolino sul fatto che per le loro reti sociali la parola comunità è solo sinonimo di fatturato. Tutto è connesso, tutto si tiene, tutto si smaterializza: dal Lider Maximo al Leader Premium.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



James Clax (1979), Seek (2014, installazione mixed media), courtesy dell'artista / Jane Lombard Gallery, New York

Gli incontri



● Esce oggi in libreria il saggio di Massimo Gaggi (nella foto) *Homo premium* (Laterza, pagine 192, € 15)

● L'autore presenterà il libro a Roma il 20 marzo presso la libreria Feltrinelli della galleria Alberto Sordi (ore 18) con Ferruccio de Bortoli, Franco Bernabè, Carlo Calenda. Modera Pietro Del Soldà

● A Milano l'incontro sarà il 22 marzo presso la Sala Buzzati del «Corriere» alle ore 18. Con Gaggi discuteranno Davide Dattoli e Pietro Ichino. Coordina Aldo Grasso



ARTURO DI CORINTO

Wcome Web. Www come World Wide Web. Web, Ragnate-la quasi mondiale. Il 12 marzo del 1989 uno scienziato inglese, Tim Berners Lee, presenta il progetto di un sistema di condivisione di documenti elettronici per facilitare la comunicazione e la cooperazione scientifica tra i suoi colleghi del centro di ricerche nucleari di Ginevra, il Cern, quello del Bosone di Higgs, per intenderci. La sua idea era la stessa vagheggiata dallo psicologo James Robbennett Licklider che sviluppò a fini civili il primo progetto per Internet, cioè creare una biblioteca universale di documenti elettronici. Tim Berners Lee però fece di più: insieme al collega belga Robert Cailliau avviò lo sviluppo di un linguaggio per visualizzare sullo schermo di un computer questi documenti, l'Html, Hyper Text Markup Language, e collegarli tra di loro tramite l'Http, Hyper Text Transfer Protocol.

È solo dal 1991 che però celebriamo la nascita del web poiché il 6 agosto dello stesso anno Berners Lee mise online il primo sito web del Cern.

Tim Berners Lee negli ultimi anni è diventato molto critico con la sua creatura dicendo che a causa del web abbiamo perso il controllo dei nostri dati; che è troppo facile spargere disinforma-

zione e bufale sul web; che la propaganda politica online andrebbe regolata e resa trasparente, altrimenti il web sarà sempre di più uno strumento di manipolazione e di controllo dei suoi utilizzatori.

In occasione del 29esimo anniversario della sua «invenzione», Tim Berners Lee lancia un nuovo allarme dalle pagine del giornale inglese The Guardian: «Le piattaforme web sono diventate un'arma». Vuol dire che Facebook, Twitter, Google e Co. non sono più strumenti di emancipazione, ma di controllo delle idee e delle opinioni che attraverso di essi vengono condivise.

In effetti Google gestisce quasi il 90% delle ricerche online mondiali, Facebook è la nazione più grande del pianeta coi suoi 2,2 miliardi di utenti attivi mensilmente e, come dice il Guardian, le due società, con le loro controllate, YouTube e Instagram, assorbono più del 60% della spesa pubblicitaria digitale in tutto il mondo. Motivo questo degli enormi profitti che le aziende capofila cercano di non farsi tassare nei paesi dove li producono bensì dove hanno agevolazioni fiscali come l'Irlanda o il Belgio.

Queste piattaforme sono responsabili della distruzione della biodiversità del web, quella rappresentata da siti e blog indipendenti.

Ma è vera anche un'altra cosa: il web così come lo co-

nosciamo e usiamo è solo un quarto di tutto il web. Pensatelo come un iceberg. La punta è fatta dal Clear web o Surface web, quello dove troviamo ilmanifesto.it, Twitter, Microsoft, le università, i siti dei cantanti preferiti. Sotto il pelo dell'acqua c'è il Deep web, il web profondo, che per definizione è la parte del web non indicizzata dai motori di ricerca e che quindi non compare nei risultati di Google se la cerchiamo con delle parole chiave, le «keyword».

Nel Deep Web ci sono database scientifici a pagamento e i contenuti che richiedono login e password. All'interno del Deep Web troviamo il Dark Web, il web oscuro che è accessibile solo con software specifici come Tor, usato da spioni e criminali, ma anche da attivisti, hacker e perseguitati politici che non vogliono essere trovati. Nel Surface, Deep e Dark Web troviamo allo stesso modo contenuti che sono legali e illegali, morali o immorali, sicuri o insicuri. Il Dark Web si chiama così solo perché è più difficile da trovare non perché sia più pericoloso.



Studio R&S Mediobanca. La comparazione con la britannica OpenReach

Per la società della rete stimati 1,8 miliardi di Mol

■ R&S-Mediobanca esce con lo studio dei numeri delle tlc, in un momento che non poteva essere più di attualità. Oggi per Telecom Italia è d'attualità il dibattito sul destino della rete d'accesso, che l'incumbent ha deciso di conferire in una società ad hoc nell'ambito di un processo di separazione volontaria che toccherà all'Agcom valutare. R&S ha fatto un confronto con Openreach, la divisione della rete d'accesso, separata funzionalmente, che è la più profittevole dell'intero gruppo British Telecom. OpenReach ha ricavi che sfiorano i 6 miliardi di euro, la Netco di Telecom Italia - secondo le simulazioni di Mediobanca - avrebbe 3,5 miliardi di entrate. Il margine Ebitda è dell'ordine del 52%, che vorrebbe dire un Mol per la Netco italiana di 1,8 miliardi (poco più di 3 miliardi per OpenReach). La divisione britannica occupa 32 mila dipendenti, la futura società della rete potrebbe impiegarne 20 mila. La rete d'accesso britannica è lunga

158 milioni di chilometri, quella italiana sarebbe estesa per 127 chilometri, con 114,4 milioni di chilometri in rame e 12,6 milioni in fibra ottica, secondo i dati riportati.

Chiaramente per un incumbent rinunciare al suo asset più profittevole significherebbe monetizzare nell'immediato, ma rinunciare ad avere una redditività al top. Tant'è che le attività di Telecom in Brasile - che hanno margini elevatissimi per un operatore che lì è concentrato sulla telefonia mobile - in qualche modo "annacquano" i margini nel consolidato. Infatti (sono ancora i dati di bilancio 2016) la capogruppo Telecom Italia vanta un margine Ebitda del 46,5%, Tim Brasil - che contribuisce al 21% del fatturato di gruppo e al 16,6% del Mol - ha un margine Ebitda del 32,7% e nel consolidato la marginalità risulta quindi pari al 43,1%. Comunque si tratta di una redditività d'eccellenza. Per redditività industriale, il 20,1% di marginalità operativa netta di Telecom Italia (parliamo

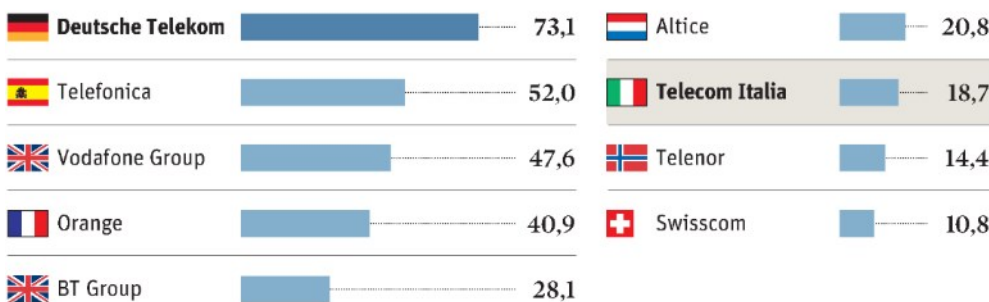
sempre del 2016) è il terzo dato più elevato del settore dietro al 21,4% di Verizon e al 20,8% di China mobile. L'Ipo della rete - modello Inwit (la società delle torri mobili quotata di cui Telecom detiene il 60%) - consentirebbe di far cassa, senza privarsi di un asset centrale del core business, e di prestarsi a una eventuale fusione con Open Fiber (la joint Cdp-Enel per la rete in fibra ottica), ottimizzando gli investimenti evitando le duplicazioni. Il piano di Open Fiber, ricorda la ricognizione settoriale di R&S, punta a collegare con la massima velocità di navigazione 18,8 milioni di unità immobiliari in sei anni per un totale di 5,1 miliardi di investimenti, al netto dei contributi Infratel, di cui 4,4 miliardi entro il 2022. Gli utenti allacciati sono stimati in 700 mila nel 2018, 4 milioni nel 2022 e 7 milioni a regime, il Mol in 50 milioni quest'anno, 500 milioni nel 2022 e 800 milioni a regime.

A.OI.

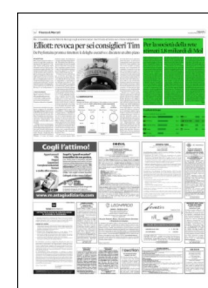
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il confronto in Europa

Fatturato in miliardi di euro anno 2016



Fonte: R&S MEOBANCA



LA SFIDA PER TELECOM ITALIA

Elliott chiede
la revoca di 6 consiglieri
in quota Vivendi

Antonella Olivieri ▶ pagina 34

Tlc. Ci sarebbe anche Félicité Herzog tra gli amministratori che il fondo attivista non ritiene indipendenti

Elliott: revoca per sei consiglieri Tim

De Puyfontaine pronto a rimettere le deleghe esecutive e discutere un altro piano

I PROVVEDIMENTI

Agcom sanziona Telecom sulla qualità del servizio universale. Golden power, contestato formalmente l'interim a Genish su Sparkle

Antonella Olivieri

Il fondo Elliott dovrebbe comunicare oggi alla Consob il superamento nel capitale di Telecom almeno della prima soglia informativa del 3%. Mail 2,5% necessario per poter chiedere l'integrazione dell'ordine del giorno all'assemblea del 24 aprile era già in suo possesso. Questa prerogativa sarebbe stata esercitata nella notte di ieri per la revoca dei sei consiglieri più vicini a Vivendi. Non solo dei cinque - sui 15 componenti del board - che non hanno il requisito di indipendenza, ma anche la revoca di Félicité Herzog la cui indipendenza è stata messa in dubbio da un pregresso rapporto di consulenza col gruppo Bolloré (che ha il controllo di fatto di Vivendi con quasi il 30% dei diritti di voto), sebbene il requisito sia stato riasserato, per tutti e dieci gli amministratori indipendenti, nel consiglio Telecom dello scorso 6 marzo.

Il fondo attivista di Paul Singer punta alla revoca del presidente Arnaud de Puyfontaine (che è anche ceo di Vivendi), dell'ad Amos Genish, del vice-presidente Giuseppe Recchi, e degli altri due manager di Vivendi - il cfo Hervé Philippe e il capo del legale Frédéric Crepin - che siedono tra i cinque non indipendenti del board. Alla definizione della lista, a quanto risulta, si stava lavorando ancora nella tarda serata di ieri. Ma ci sarebbero i nomi di Fulvio

Conti, di Luigi Gubitosi (non per incarichi operativi) e del banchiere d'affari Dante Roscini.

Il colpo di scena, nel frattempo, è arrivato da Parigi. De Puyfontaine, ha riferito il portavoce ufficiale di Vivendi, sarebbe disponibile a sospendere le sue deleghe esecutive in Telecom (al presidente rispondono comunicazione, public affairs e la segreteria del board) almeno nel prossimo periodo di dibattito sulle strategie del gruppo, secondo quanto riferisce la Reuters. Vivendi, aggiunge il portavoce, «sostiene il piano industriale dell'ad Amos Genish, finalizzato a creare valore nel medio e lungo periodo», ma è disposta «se necessario, a valutare strategie alternative che portino a un rialzo del prezzo delle azioni nel breve termine». Anche il gruppo che fa capo a Vincent Bolloré - è il messaggio che viene trasmesso - è insoddisfatto dell'andamento del titolo, visto che la partecipazione del 23,94% è in carico al valore unitario di 1,07 euro per azione. Sibillina l'ultima considerazione riferita dal portavoce secondo la quale Elliott «è conosciuto per il suo approccio finanziario focalizzato sul breve termine che, in questo caso, porterebbe molto probabilmente allo smantellamento di Tim».

Da parte sua, Genish sta cercando - secondo quanto filtra dal road-show per la presentazione del piano - di assicurarsi l'appoggio dei fondi per evitare la revoca. Conta possibile visto che, se non si andrà ai supplementari con la decadenza del consiglio, il 24 aprile la revoca sarà votata nome per nome di-

rettamente dall'assemblea senza passare dal meccanismo del voto di lista. Su Genish sarebbe piovuta però la tegola del breve interim come chief infrastructures officer, che sovrintende Sparkle, asset dichiarato strategico ai fini di sicurezza e difesa nazionale dal primo decreto governativo di esercizio del golden power, cosa che gli sarebbe stata formalmente contestata.

Intanto si è mossa anche l'Agcom con due provvedimenti emessi il primo marzo, ma pubblicati solo ieri su sito dell'Authority. Il primo è una diffida a Tim (e agli altri operatori, si veda altro articolo a pagina 15) perché elimini «gli effetti dell'illegittima anticipazione della decorrenza delle fatture», con riferimento alla «bolletta a 28 giorni» per la telefonia mobile, imponendo in sostanza una forma di compensazione per i clienti retail che potrebbe costare all'azienda qualcosa come 200 milioni. Il secondo provvedimento è un'«ingiunzione» per il «mancato raggiungimento degli obiettivi di qualità del servizio universale per l'anno 2016». In questo caso è più pesante il segnale della sanzione, limitata a 58 mila euro. Nessun commento a riguardo da parte della società, contattata via mail.

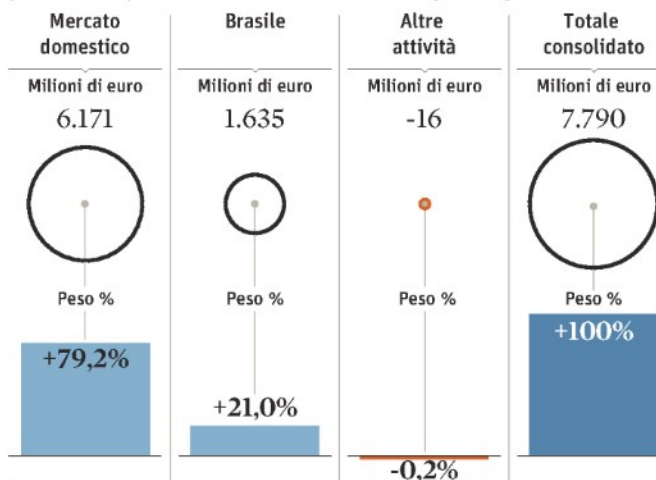
© RIPRODUZIONE RISERVATA



La redditività di Tim

EBITDA 2017

Dettaglio dell'Ebitda e dell'incidenza % del margine sui ricavi, ripartiti per settore operativo. **Dati in milioni di euro e peso in percentuale**



Fonte: Tim



Il caso Telecom. Il fondo Elliott incalza sul controllo di fatto di Vivendi