

## Rassegna del 16/03/2018

\*\*\*

<b>L'Economia del Corriere della Sera</b>	<b>51</b>	<b>Il contante conta troppo</b>	<i>De Bortoli Ferruccio</i>	<b>1</b>
<b>Corriere dell'Alto Adige</b>	<b>11</b>	<b>Pagamenti con il cellulare Arriva Satispay - Pagamenti nei negozi con il cellulare Satispay alla conquista della regione</b>	<i>Fabbi Silvia</i>	<b>4</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>18</b>	<b>Chessidice in viale dell'editoria - Digitale: accordo Tinaba-Snag per pagamenti smartphone in edicola</b>	...	<b>6</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>14</b>	<b>Intervista a Luca Pellegrini - Il negozio servirà a incontrarsi</b>	<i>Sottilaro Francesca</i>	<b>7</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>38</b>	<b>Idee per migliorare la città, a Milano la piattaforma per condividerle</b>	<i>Rovelli Michela</i>	<b>9</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>18</b>	<b>Chessidice in viale dell'editoria - La 15esima edizione del Forum Europeo Digitale</b>	...	<b>11</b>
<b>Manifesto</b>	<b>13</b>	<b>Le spese «folli» di Amazon per la produzione di film e serie tv</b>	<i>G.BR.</i>	<b>12</b>
<b>Giornale</b>	<b>36</b>	<b>L'era dello streaming, ovvero la tv in tasca</b>	<i>Perna Mark</i>	<b>13</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>2</b>	<b>Il Punto - Oggi l'inventore di Internet teme lo strapotere del big del settore</b>	<i>Luciano Sergio</i>	<b>18</b>
<b>L'Economia del Corriere della Sera</b>	<b>4</b>	<b>Le ombre lunghe di Big Tech sulla ripresa</b>	<i>Fabini Federico</i>	<b>19</b>
<b>L'Economia del Corriere della Sera</b>	<b>44</b>	<b>I tentacoli di big tech</b>	<i>Gaggi Massimo</i>	<b>20</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>5</b>	<b>Web tax europea fino al 5% del fatturato</b>	<i>Romano Beda</i>	<b>23</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>5</b>	<b>Il prelievo italiano del 3% per ora resta fermo ai box</b>	<i>Mobili Marco - Parente Giovanni</i>	<b>25</b>
<b>Repubblica Bari</b>	<b>6</b>	<b>Rete 5G, accordo i primi servizi entro l'estate</b>	...	<b>26</b>
<b>Repubblica</b>	<b>24</b>	<b>Elliott sfratta i francesi da Tim Vuole Conti, Sabelli e Gubitosi</b>	<i>Galbiati Walter</i>	<b>27</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>29</b>	<b>Elliott muove sul cda Tim ma sull'ad non si scopre - Elliott muove su Tim ma non si scopre sull'ad</b>	<i>Olivieri Antonella</i>	<b>29</b>

# IL CONTANTE CONTA TROPPO

Chiunque voglia contrastare l'evasione fiscale deve partire da qui:  
più moneta elettronica. Sanatorie? Anche, forse, ma non solo

di **Ferruccio de Bortoli**

**La proposta di una tassa a forfait del 35% sul contante emerso era grossolana, ma qualche misura va presa**

**Lo spettro del ritorno alla lira e i tassi zero o negativi hanno ingrossato le fila di chi preferisce la liquidità**

*La lotta al contante, storica questione italiana, continua a scontrarsi con la reticenza diffusa all'uso delle carte di pagamento (tracciabili) e alla difficoltà di molti negozianti (ancora) all'uso del Pos. Eppure la moneta digitale è la strada acclarata per contrastare l'evasione fiscale, senza contare che allineerebbe l'Italia per best practice con i Paesi del Nord Europa. In questo articolo pubblicato il 25 settembre 2017 Ferruccio de Bortoli affronta il tema partendo dalla posizione di Francesco Greco, procuratore capo di Milano, favorevole a un provvedimento (magari fiscale) per l'emersione del contante. Che può valere 200 miliardi secondo la Banca d'Italia.*

**L'**idea di far emergere con una sanatoria, o qualcosa di simile, il contante nascosto al Fisco è rilanciata con puntualità regolare. E respinta con immediata fermezza. Ora tutto si può dire di questo e del precedente governo (Renzi, ndr.) meno che sia complice recidivo di evasori e delinquenti. La proposta abbozzata lo scorso anno, in sede di elaborazione della legge di bilancio, di una tassa forfettaria del 35% era però grossolana e affrettata. Venne definita legge Salva Corona

dal nome del celebre personaggio delle cronache rosa che, fra le tante sue non memorabili gesta, aveva occultato un po' di banconote in un controsoffitto. Così, per dichiararle solo a se stesso. E per fortuna di quel condono malamente concepito non si fece nulla.

Nei giorni scorsi è apparsa l'indiscrezione che un provvedimento analogo sarebbe allo studio del ministero dell'Economia e potrebbe essere parte di un decreto fiscale di accompagnamento alla manovra. Uguale reazione, pronta smentita. Ma i tecnici continuano a lavorarci.

Ora ci sarebbe da chiedersi perché provvedimenti che favoriscono l'uso del contante — come quello che nel 2015 aveva innalzato il limite a 3 mila euro, in netta controtendenza con il resto dei Paesi più evoluti — non abbiano suscitato, al di là di qualche polemica, reazioni analoghe. Se si allargano le maglie, vi è una porzione di operatori che trae sollievo per la libertà ritrovata. Si presume poi che la misura stimoli i consumi. Ma si chiude benevolmente un occhio sul fatto che gli spazi per evadere e riciclare, sia pure di poco, si ampliano.

## Diseducazione

Dell'effetto diseducativo, poi, non parla nessuno. Se in alcuni Paesi del

Nord è diventato quasi impossibile pagare in contanti e ci si avvia a sperimentare forme diverse di monete digitali, è circostanza che va meditata. E non a caso quelle comunità sono tra le più trasparenti e meno corrotte del pianeta. Il grado di resistenza all'impiego delle carte di credito e dei Pos che peraltro dovrebbero essere obbligatori (in Italia ce ne sono due milioni, ma spesso rimangono inattivi) trova giustificazioni risibili. Non suscita alcuna reazione indignata. A volte solo passiva comprensione. Il cartello che esclude le carte di credito, l'esercizio che le rifiuta al di sotto di una certa cifra, sono ulteriori dimostrazioni della scarsa predisposizione italiana alla tracciabilità dei pagamenti. La fisicità del possesso è, in certi casi, irresistibile. Eppure chi tira fuori un malloppo di contanti, tenuti insieme dall'elastico, non appare ai nostri occhi né elegante né tantomeno affidabile.

Il governo si sta orientando a pena-



lizzare chi non accetta pagamenti con moneta elettronica, facendo riferimento per la prima volta all'articolo 693 del Codice penale. «Chiunque rifiuta di ricevere, per il loro valore, monete aventi corso legale nello Stato è condannato a una sanzione amministrativa fino a trenta euro». L'orientamento è quello di inserire la disposizione nel decreto che recepisce la Payment services directive (Psd2) europea che peraltro riduce le commissioni interbancarie allo 0,3% per le carte di credito e allo 0,2 per i Bancomat. Crediti d'imposta, deduzioni o detrazioni, potrebbero essere legati all'uso esclusivo di pagamenti digitali. L'obbligo di fatturazione elettronica va in questa direzione. Nel 2019 dovrebbe poi essere lanciata la cosiddetta «lotteria dello scontrino», sperimentata con successo in altri Paesi, come il Portogallo. Con i premi, per chi non usa il contante, opportunamente maggiorati. E l'avvento di un documento unico per superare la differenza tra fattura e ricevuta.

Il prossimo 2 ottobre scade la voluntary disclosure bis, per il rientro di capitali dall'estero, estesa anche al contante. Una misura che non ha avuto il successo sperato e non ha sollevato — neppure nella prima e più robusta versione — particolari opposizioni. In epoche ormai lontane, gli scudi fiscali che avevano caratteristiche di condono assai più pronunciate, sono passati via lisci. La sanatoria estera passi, quella interna provoca più indignazione.

Prima o poi però, ragionando in concreto, qualche provvedimento di emersione del contante sarà necessario prenderlo. Il fenomeno ha dimensioni incredibili. Secondo la Banca d'Italia si tratterebbe di una somma che si avvicina ai 200 miliardi. Lo ha ricordato nei giorni scorsi un personaggio insospettabile e grande esperto di questioni finanziarie come il procuratore capo di Milano, Francesco Greco, da tempo favorevole a misure di recupero. Con un atteggiamento che lui stesso definisce laico. Ovvero applicare un'aliquota fiscale adeguata su una parte della somma emersa. Obbligare poi il dichiarante a vincolare per un certo periodo la restante parte in titoli di Stato, preferibilmente infruttiferi, con destinazioni di pubblica utilità.

Un quaderno di studio della Banca

d'Italia sull'antiriciclaggio, aggiornato nel 2016, spiega che in Italia le banconote da 500 euro costituiscono un terzo del valore totale del circolante, benché la gran parte dei cittadini non ne abbia mai avuta una per le mani. Secondo una stima di fonte inglese, richiamata da Bankitalia, la criminalità controllerebbe il 90% del circolante in tagli da 500 euro. Le preoccupazioni di non favorire forme di riciclaggio, oltre ai falsi, sono alla base della decisione della Banca centrale europea di non stampare più quelle banconote dal 2018.

## Scelte pragmatiche

L'ampiezza del fenomeno richiede analisi accurate e un certo pragmatismo di fondo. Un'attività antiriciclaggio inflessibile ma anche l'obiettivo di recuperare alla legalità, con sanzioni significative, i capitali evasi al Fisco. O quelli che Banca d'Italia cataloga sotto l'effetto Lehman, cioè la paura delle crisi finanziarie. Per non parlare dei timori di rottura dell'euro. Lo spettro del ritorno alla lira, oggi fortunatamente molto attenuato, e i tassi zero o negativi hanno ingrossato le file dei detentori di contante. Ecco perché misure di emersione o di rientro saranno prima o poi ineludibili. Anche per separare le attività più criminali, da perseguire con ancora più fermezza, dall'infedeltà fiscale o dalla semplice difesa dei «soldi sotto il materasso».

La recente approvazione di alcuni decreti attuativi della legge delega sul terzo settore offre qualche strumento in più. Per esempio, prevedere l'obbligo, per chi decide di uscire dal nero, di versare una percentuale significativa della somma, oltre al pagamento di una tassa forfettaria, in favore di un'associazione di volontariato. Oppure alla Fondazione Italia Sociale, prevista dalla legge delega, che sarà impegnata in grandi progetti d'importanza nazionale, come per esempio la manutenzione del territorio.

Insomma, quella grande fetta di patrimonio, detenuta in cassette di sicurezza in Italia o all'estero, prima o poi va fatta emergere. A beneficio di tutti, soprattutto per il sostegno di programmi di solidarietà. Anche facendo qualche sconto. Prima lo si fa meglio è.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Economia

### Pagamenti con il cellulare Arriva Satispay

a pagina 11 **Fabbi**

# Pagamenti nei negozi con il cellulare Satispay alla conquista della regione

Partnership con Sparkasse. Damasso: «La banca sarà la nostra porta verso Nord»

## 28,6

I milioni di euro di capitalizzazione di Satispay, finanziati nel 2017 attraverso un ulteriore aumento di capitale di 18,5 milioni di euro da istituti di credito e privati

**BOLZANO** Pagare nei negozi semplicemente utilizzando il proprio telefono cellulare. Quel che un tempo sembrava fantascienza oggi è possibile con Satispay, l'app completamente gratuita che, attraverso il collegamento diretto con l'Iban del proprietario, consente di effettuare pagamenti senza portafogli o carte di credito. La startup che l'ha lanciata nel 2015 — oggi un'impresa con 65 dipendenti che entro il 2018 punta ai 20 milioni di fatturato e a raggiungere un milione di utenti privati e 100.000 aziende — vuole sbarcare con decisione in Alto Adige e per farlo ha scelto un ambasciatore d'eccezione: la banca Sparkasse.

Per Alberto Dalmaso, fondatore e Ceo di Satispay, ieri a Bolzano per presentare la partnership nel giorno di avvio del servizio, l'istituto di credito «rappresenta in prospettiva la nostra porta verso il Nord Europa, Austria e Germania in primis». Perché il mercato potenziale di Satispay è costituito da tutti e 34 i Paesi le cui banche utilizzano dal 2014 le transazioni Sepa

(29 Paesi Ue più Islanda, Norvegia, Svizzera, Liechtenstein e Principato di Monaco).

Progetti troppo ambiziosi? Non per un'azienda che «ha cambiato i paradigmi di crescita a cui eravamo abituati» ha sottolineato ieri l'amministratore delegato di Sparkasse Nicola Calabrò, cui per primo è venuta l'idea di «importare» Satispay in Alto Adige. Il riferimento del dirigente è rivolto alla crescita dell'azienda, che nel 2017 ha fatturato 4 milioni di euro ma che di mese in mese totalizza una crescita compresa fra il 10 e il 15%. Con 26,8 milioni di euro di capitalizzazione — di cui 18,5 frutto dell'ultimo aumento di capitale del 2017 — finanziati fra gli altri da Iccrea Banca, Banca Etica e da privati come Jonathan Weiner e Ray Iglesias (former executives del progetto Google Wallet e cofondatori di Money2020) e Jon Koplin (responsabile della divisione International di Google Wallet), Satispay può vantare di essere la startup più finanziata d'Italia. Ecco perché, partendo da una base di 270.000 utenti privati (che crescono mediamente di 800 al giorno, 3.100 nella prima metà di marzo) e di 28.500 aziende con 32.000 negozi sul territorio (anche qui l'incremento giornaliero si attesta sulle 140 nuove unità), la rete di Satispay promette di ampliarsi presto ben oltre i confini italiani, dove dall'estate 2017 è presente in tutte le province italiane. Oltre che da molti siti di e-commerce, Satispay è già utilizzata da aziende come Burger King, Old Wild West, Benetton, Trenord, Total Erg, Arcaplanet e Sorelle Ramonda. «Si tratta della base da cui partire per

ampliare la nostra presenza sul territorio e puntare poi oltre» ha sottolineato Damasso. «Essere la prima banca in regione a proporre Satispay è un'ulteriore conferma della sempre alta attenzione di Sparkasse verso i servizi più innovativi» ha aggiunto Calabrò. Il successo di Satispay risiede da un lato nella sua semplicità, dall'altro nella sua gratuità. Per l'utente è infatti sufficiente scaricare un'app, così come l' esercente, cui viene addebitata solo una commissione fissa di 0,20 euro per ogni transazione il cui valore superi i 10 euro. Satispay è anche integrato con PagoPA per i pagamenti di multe, tasse bolli e ticket sanitari.

**Silvia Fabbi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Sintonia** Nicola Calabrò stringe la mano a Alberto Damasso

## Il contesto

● In Italia l'85% dei pagamenti nei negozi viene effettuato ancora in contanti. L'uso della carta di credito non si è mai diffuso in modo capillare

● Mediamente la carta di credito viene usata 3 volte al mese dal proprietario. Attualmente Satispay viene già utilizzata 7 volte al mese dall'utente che l'ha scaricata

## CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

**Digitale: accordo Tinaba-Snag per pagamenti smartphone in edicola. Da ieri è possibile acquistare un quotidiano o un settimanale e pagarlo all'edicolante con un semplice tocco sullo smartphone. Grazie all'accordo firmato tra l'app Tinaba, pensata per trasferire il denaro ed effettuare pagamenti senza alcun costo di commissione, e il Sindacato provinciale autonomo giornalisti di Milano (Snag), le edicole entrano nell'era digitale. Il sistema viene visto come ideale per l'ambiente dell'edicola, dove velocità e facilità sono fondamentali. Tinaba infatti elimina i costi di transazione e assicura agli esercenti un servizio conveniente anche sui micro pagamenti. Il «portafoglio digitale» dell'acquirente e quello dell'edicolante entreranno in comunicazione in modo immediato e sicuro e con un solo tap sullo smartphone concluderanno il pagamento.**



2° Milano Marketing Festival/ Pellegrini (Iulm) fa il punto sull'evoluzione del retail

# Il negozio servirà a incontrarsi

## L'e-commerce è disruptive. Amazon? Guadagna col Cloud

DI FRANCESCA SOTTILARO

**N**ell'epoca in cui la shopping experience è orientata dal digital e l'e-commerce non porta ancora alle aziende i risultati attesi, i negozi sono destinati «a trasformarsi in luoghi dove potersi ritrovare al di là del consumo, offrire momenti prova, dal giocattolo alle sartorie, rispondendo alla voglia di aggregazione». Luca Pellegrini, ordinario di marketing allo Iulm di Milano, parla in vista del 2° Milano Marketing festival di Class Editori (dal 21 al 23 marzo al MegaWatt Court). «In fondo è il cliente ad averlo insegnato ai brand», aggiunge. «Pensiamo solo a Esselunga, diventato dalla fine degli anni 90 luogo di incontri: non credo proprio che i progettisti di un supermercato tecnologico avessero pensato a questo».

**Domanda. Professor Pellegrini, quanto conta la progettazione nel marketing? Lei si è laureato in urbanistica prima di passare all'economia...**

**Risposta.** Forse è più rilevante per un operatore del real estate, ma certo le concentrazioni commerciali, quando pensiamo al retail fisico, sono un punto importante per le città e per innescare la polarizzazione dei consumi garantendo un certo tipo di esperienza.

**D. Se le consegnassero le chiavi di una via da riempire a piacimento, da che cosa partirebbe?**

**R.** Ricostruirei qualche punto di riferimento di consuetudine. Sicuramente dal food: i supermercati, poi bar, ristoranti e servizi alla persona in chiave artigianale, le riparazioni ad esempio. Oggi quello di rifare i quartieri è un'impresa disperata ma fondamentale.

**D. Il digitale in tutto questo come sta contribuendo?**

**R.** Agli albori ci ha isolato: stavamo al personal computer e c'era la figura strana del giovane chiuso in camera. Il mobile ci ha liberato, ma la trasformazione da social a

sociale obbliga a fare alcune riflessioni.

**D. Per esempio? Qual è secondo lei il settore che ha meglio gestito la transizione?**

**R.** Il food per i consumi fuori casa e sicuramente Oscar Farinetti.

**D. Lo tirate tutti per la giacca...**

**R.** Beh, ha

fatto una cosa unica. Laddove l'e-commerce stentava a decollare, pensiamo solo a Esselunga che su oltre 8 miliardi di fatturato assegna 207 milioni alla spesa online, Eataly ha rotto gli schemi giocando da aggregatore del consumo alimentare, un settore da 230 miliardi. Trasformando i negozi in luogo di incontro.

**D. Altri hanno seguito l'esempio?**

**R.** Lush, almeno in Inghilterra, è l'Eataly della bellezza: i ragazzi possono persino organizzare feste in negozio. Kiko (dei Percassi, ndr), sempre a tema, ha insegnato a mascherarsi con i trucchi e a poco costo. E ora sta crescendo in Italia Zodio (insegna del Groupe Adeo, lo stesso di Leroy Merlin, ndr) all'interno

degli Auchan o a Milano Fiordaliso: oltre al bricolage e ai complementi per la casa organizza prove dei prodotti o workshop con una piattaforma di scambio di idee utile a produttori e clienti.

**D. Che cosa conta quindi nella shopping**

**experience?**

**R.** Le polpettine di Ikea, per molti orribili, sono shopping experience. Ma più sono temi diversi, più sono amati. L'importante è togliere da ogni cosa gli aggettivi «eccezionale», «pazzesco», «incredibile». Semmai sarà il cliente a definire un prodotto tale.

**D. Sappiamo**

**che non esistono regole da applicare ma buone prassi nel retail...**

**R.** L'esperienza di acquisto deve essere tarata su una dimensione di intrattenimento quotidiano. E si deve anche insegnare: il consumatore ha voglia di informazioni. Poi c'è il piacevole imprevisto: i progettisti di Esselunga non potevano pensare che il supermercato diventasse luogo di incontri.

**D. Sull'online queste regole come si traducono?**

**R.** Il futuro non è omogeneità, ma differenziazione. Quanto ad Amazon, che ha in mano il 40% dell'e-commerce in America, beh il suo metodo potrebbe anche fallire.

**D. Fallire Bezos?**

**R.** Dai conti emerge che il fatturato lo fa col Cloud. Finché lo racconteranno gli investitori resterà un fenomeno. Ma la verità è che la concorrenza si fa sul retail e quella voce è in perdita.

**D. A proposito di fallimenti, ieri ha chiuso negli Usa Toys R Us (si veda articolo a pag. 15)...**

**R.** A quelle dimensioni e con così tanti punti vendita era difficile prospettare un futuro diverso. Avevano affidato inizialmente la crescita all'e-commerce di Amazon: quando sono rientrati per farlo da soli sono crollati.

**D. Come faremo a far sognare i bambini senza giocattolai?**

**R.** Possono tornare come ha fatto Lego: un po' banco di prova e un po' acquisto.

**D. Un pensiero ai marchi: di che cosa non può fare a meno oggi il retail?**

**R.** Di un modello omnichannel che possa funzionare; poi si deve ragionare per punti vendita come showroom, alla stregua delle sartorie-negozio di Bonobos. Infine agire nella dimensione social con contenuti che possono esulare dal prodotto.



**D. Che cosa sarà distruttive a livello strategico?**

**R.** L'e-commerce è la prima voce. Il fatto è che almeno in Italia chi ha piattaforme fisiche è molto restio a passare da 100 negozi a 50 e il resto farlo online, non sempre la forza lavoro può essere riconvertita. E sul retail si gioca la concorrenza.

—© Riproduzione riservata—



*Luca  
Pellegrini*

# Idee per **migliorare la città**, a Milano la piattaforma per condividerle

Il progetto «Dimmi» presentato durante la Digital Week. Quattrocento eventi che durano tutto il weekend

## Le attività

Ci saranno esperimenti in realtà aumentata e il tour a sfondo architettonico

**C'**è BookCity per gli amanti della lettura, PianoCity per chi preferisce la musica, la celebre settimana della moda e quella del design. Milano, le sue «Week» e i suoi «Weekend». Appuntamenti annuali, a tema, per attirare turisti e creare aggregazione tra i cittadini. Se ne aggiunge un altro, proiettato nel futuro. È iniziata ieri la Milano Digital Week, il cui tema, la rivoluzione tecnologica, è tanto trasversale da coprire — e trasformare — ogni sfera della nostra vita quotidiana. «Volevamo mostrare ciò che già si fa qui a Milano e ciò che si sta sperimentando — racconta al *Corriere* Roberta Cocco, assessore alla Trasformazione digitale e Servizi civici — abbiamo cercato organizzatori che ci aiutassero e a fine ottobre abbiamo lanciato una *call* a tutti i cittadini. Chiunque avesse idee o progetti poteva inviarceli. L'obiettivo era raggiungere almeno cento eventi. Ho paura a dire che abbiamo superato i 400».

Si è partiti, ieri mattina al Base in via Bergognone — il centro operativo della manifestazione — con la presentazione di un primo, grande, progetto, lanciato proprio dal Comune: si chiama *Digital Bridge* e lo scopo è «condividere le esperienze di innovazione con le eccellenze internazionali — spiega Cocco —. Stiamo già parlando con città come Tel Aviv, Tallin e Barcellona», i cui rappresentati so-

no intervenuti all'evento. Nonché New York, con cui l'accordo risale a novembre 2016. E dalla piattaforma *Nyc Digital Playbook*, sviluppata dalla Grande Mela, è stata presa ispirazione per creare *Dimmi* (acronimo di «Digitale» e «Milano») uno strumento — lanciato proprio ieri — con cui i cittadini potranno condividere con il Comune le loro proposte per migliorare e (ri)innovare la città.

Gli appuntamenti della Milano Digital Week continueranno per tutto il weekend. Si va dalle tavole rotonde sulle implicazioni dell'intelligenza artificiale alle proposte di nuove forme di mobilità, dai corsi di programmazione per i più piccoli ai tutorial per aiutare i cittadini a capire come sfruttare i servizi online per semplificare il proprio rapporto con la burocrazia.

«Uno dei temi a me più caro — continua l'assessore — è l'educazione digitale. Ci sono più di 80 eventi in questi giorni che prevedono corsi di formazione gratuiti». Come lo Spid Tour, per promuovere l'iscrizione all'identità digitale o le lezioni de «Il web a portata di nonno» per gli anziani.

I colossi della tecnologia, da Google a Samsung, fino a Microsoft (i cui eventi sono partiti già lunedì) partecipano con incontri, talk, spazi espositivi o con l'apertura della propria sede milanese al pubblico, come nel caso di Amazon. Poi Atm, che permette di curiosare nel suo centro di controllo o Fastweb, che mette a disposizione il suo Data Center.

Ci saranno esperimenti in realtà aumentata, ad esempio la caccia al tesoro della città con l'app di Popapps oppure il

tour a sfondo architettonico tra i monumenti più iconici con lo studio Park Associati. Ci sarà anche la realtà virtuale, con la *Martian Virtual Reality Experience* del museo della Scienza e della Tecnica o *Ultrareal World*, il primo cinema a 360 gradi al Base.

Si parlerà di sanità, con la presentazione di «Il telefonino, il tuo salvavita» e dell'I.C.E. aumentato, un codice Qr che contiene il proprio profilo clinico da utilizzare in caso di bisogno di soccorsi. E poi di nuova didattica, con il robot progettato dall'università Bicocca, CoderBot, che aiuta i bambini ad imparare.

Corposo il contributo artistico: sono state aperte mostre temporanee in varie zone della città. Dalla rassegna *Che Guevara Tú y Todos* alla Fabbrica del Vapore ai prototipi esposti in *Nuove tracce di futuro* della Bit Factory, fino ai tanti eventi organizzati allo Ied e al Base.

Si arriva in periferia con il Maua, il museo di arte urbana aumentata nel quartiere Giambellino che unisce street art e nuove tecnologie. Si scende persino sottoterra: nel complesso industriale ex Riva Calzoni, ecco *Labyr-Into*, un'esperienza multisensoriale che si ispira all'opera *Ingresso nel Labirinto* di Arnaldo Pomodoro.

E infine la colonna sonora, con la maratona radio di 36 ore, *Milano trasmette Milano*, in streaming dallo studio di Radio Raheem. Ce n'è per tutti, insomma. Basta spulciare nel lungo programma sul sito [www.milanodigitalweek.com](http://www.milanodigitalweek.com) e scegliere come passare un weekend dedicato al digitale.

**Michela Rovelli**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Sul sito**

● Fino a domenica lo speciale sulla Milano Digital Week sarà arricchito di informazioni e notizie sugli eventi all'indirizzo [www.corriere.it/tecnologia/milano-digital-week/](http://www.corriere.it/tecnologia/milano-digital-week/)



**Robot** Un evento alla Milano Digital Week

**CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA**

***La 15esima edizione del Forum Europeo Digitale di Lucca. Il 14 e 15 Giugno Comunicare Digitale organizza la 15esima edizione del Forum Europeo Digitale in cui si discuterà delle opportunità e delle novità del settore: dal 5G al prossimo switch off del digitale terrestre. Si rinnova inoltre la collaborazione con Ultra Hd Forum Italia, la principale associazione di filiera dell'industria italiana, e torna il Technology Center, vetrina di eccellenza ed anteprime da parte dell'industria di settore. La partecipazione è gratuita.***



## STREAMING

### Le spese «folli» di Amazon per la produzione di film e serie tv

G.BR.

■ Dei documenti interni di Amazon - ottenuti da Reuters - gettano per la prima volta una luce sui numeri relativi alla programmazione video della multinazionale dell'e-shopping, anche produttrice cinematografica e provider, attraverso Amazon Prime, di una piattaforma streaming di film e serie tv.

I documenti riguardano 19 produzioni originali Amazon: il loro prezzo, il numero di spettatori e quello dei clienti che grazie ai contenuti video hanno sottoscritto un abbonamento al servizio Prime - che offre una serie di vantaggi a chi acquista sulla compagnia. D'altronde il suo fondatore Jeff Bezos non ha mai fatto mistero di ritenere la produzione e la distribuzione di contenuti video funzionale a incrementare le vendite online: «Quando vinciamo un Golden Globe, ci aiuta a vendere più scarpe», aveva detto durante una conferenza.

**LE 19 PRODUZIONI** discusse nei documenti avrebbero attirato solo negli Stati Uniti nel 2017 - un totale di 26 milioni di spettatori, circa un terzo dei membri totali di Prime. La serie originale *The Man in the High Castle* (tratta dal romanzo di Philip K. Dick) ad esempio, costata 72 milioni di dollari, avrebbe totalizzato 8 milioni di spettatori e 1,5 milioni di nuovi membri in tutto il mondo.

Delle fonti citate ancora una volta da Reuters sostengono che il totale di spesa in contenuti originale della multinazionale nel 2017 si aggira intorno ai 5 miliardi. Una cifra che in futuro potrebbe crescere, dato il desiderio dichiarato della compagnia di attirare ancor più abbonamenti con uno show «grandioso» sul genere di *Game of Thrones* - non a caso di recente Amazon ha annunciato un adattamento «seriale» del *Signore degli anelli* che, a quanto pare, costerà più di 200 milioni di dollari.



**Per chi ama la tradizione  
questo è il top del mercato**

**PALINSESTO DIGITALE**

# L'era dello streaming, ovvero la tv in tasca

*Il divano non è più lo stesso: il boom dei programmi via internet ha portato la televisione anche su tablet e smartphone. Ecco cosa si trova tra le offerte di serie e film sulla rete*

**Mark Perna**

■ Il divano non è più lo stesso da quando sono esplosi i servizi di streaming video. L'era dei giornalini con i programmi Tv, del televideo per decidere che film guardare è già preistoria analogica. Una volta il telecomando era lo scettro assoluto del potere familiare perché i contenuti video si guardavano solo sul televisore, ora computer, tablet e smartphone hanno scardinato questo dominio. La moltiplicazione dei display ha permesso di rendere più "personali" i contenuti regalando agli utenti la libertà di guardare ciò che vogliono, quando e dove vogliono. Un cambio di paradigma epocale e irreversibile.

«Gli italiani sono sempre affezionati alla televisione, ma i servizi di streaming video online stanno diventando un'alternativa abituale per tutte le fasce d'età, in particolare per i Millennials, perché permettono di fruire del contenuto desiderato in qualsiasi contesto e momento», afferma Andrea Lamperti, Direttore dell'Osservatorio Internet Media del Politecnico di Milano. «Si sta delineando una fruizione sempre più complementare tra la Tv tradizionale e la nuova Tv potenziata dal web,

che rappresenta una sfida all'innovazione per tutto l'ecosistema». Secondo l'Osservatorio, in una settimana media il 43% dei Millennials, il 36% della Generazione X e il 27% dei Baby Boomers guarda programmi, film e serie TV su Internet in streaming in modo gratuito, e le percentuali scendono rispettivamente al 21%, 14% e 10% per la fruizione di queste tipologie di contenuti a pagamento. Inoltre, «per il 31% degli utenti Internet non sarebbe un grosso problema abbandonare l'uso del televisore di casa: pc, tablet, smartphone e smartTV connessa sono già correntemente utilizzati per vedere contenuti video e televisivi», aggiunge Nicola Spiller, Direttore dell'Osservatorio Internet Media. Non sorprende quindi che secondo le stime di ITMedia Consulting, l'anno scorso il mercato del video on demand in Europa ha raggiunto un valore di 4,2 miliardi di euro in ricavi e che questa crescita continuerà con un tasso medio annuo del 16%, raggiungendo 6,7 miliardi di euro nel 2020. A livello mondiale il valore è anche più consistente, MarketsandMarkets stima addirittura 70 miliardi di dollari entro il 2021.

Un boom a tutti gli effetti,

non a caso c'è chi parla di seconda età d'oro della televisione. «Per registi, sceneggiatori e attori è il periodo migliore di sempre, internet genera molte opportunità e penso che sia un processo del tutto sostenibile; più internet va veloce, più produzioni vengono distribuite nel mondo, più il pubblico si avvantaggia», ci aveva detto Reed Hastings, ceo di Netflix in una recente intervista. Le conseguenze di questa nuova era sono evidenti, basta scorrere gli indici dei contenuti dei principali provider on demand da Netflix a NowTV, da Infinity a Amazon Prime Video per rendersi conto che l'offerta di contenuti è ormai pressoché inesauribile. Un business che fa gola a molti come dimostra ad esempio l'accelerazione di Vodafone che sta spingendo molto la sua piattaforma Tv puntando a diventare un hub capace di unire idealmente i canali televisivi tradizio-



nali con i servizi on demand, o TIMVision che per competere in un mercato decisamente affollato è riuscita ad offrire ai propri clienti l'intera programmazione dei giochi olimpici invernali di PyeongChang.

Della partita vuole essere anche Apple che si sta muovendo con un chiaro piano strategico anche se i risultati non sono ancora eclatanti. Il lancio dello scorso settembre della nuova Apple TV 4K è solo un pezzo del puzzle, l'altro invece riguarda gli accordi di trasmissione con i principali operatori americani come Hbo, Fox, Nbc. Inoltre

Tim Cook ha dichiarato di voler investire sulla produzione di contenuti originali, elemento fondamentale per competere ad armi pari con i rivali. In effetti su questo terreno si gioca una partita importante e il leader da braccare rimane Netflix che solo l'ultimo anno ha prodotto oltre 1000 ore di contenuti originali tra serie tv, film e show. Una strategia chiara anche a Jeff Bezos che ha già farcito il suo Amazon Prime Video di chicche prestigiose, portandosi in casa registi come Woody Allen, i vecchi protagonisti di Top Gear ora impegnati nella produzione del nuovo show *The*

*Grand Tour*, ma anche sorpendendo con produzioni indipendenti come *The Man in the High Castle*. Insomma l'era del video on demand è in rampa di lancio con indubbi benefici per tutti: palinsesti su misura, libertà di fruizione, ricchezza e qualità di contenuti. Benefici a buon prezzo visto che il costo di un abbonamento mensile è generalmente inferiore ai 10 euro. La Tv tradizionale è avvisata, perché fatta eccezione per il Festival di San Remo, le partite dell'Italia e i documentari di Alberto Angela ha ormai un gap probabilmente incalcolabile per restare in scia.

## LA NOVITÀ

### Ora su «Tivùsat» oltre 35 canali trasmessi in Hd

Canale 5, Italia 1 e Rete 4 in Hd, ma non solo. Anche «Tivùsat», ovvero il decoder che permette di vedere il digitale terrestre là dove il segnale normale non arriva, fa un salto avanti tecnologico. È diventata la prima piattaforma satellitare gratuita in Europa con 35 canali (su oltre 100) in alta definizione. E a questo si aggiungono 45 canali radiofonici, una selezione di servizi On Demand e perfino 3 canali in 4k (Rai 4K, Eutelsat 4K1, Fashion TV). Tivùsat conta ormai più di 3 milioni di tessere attivate, con oltre 2 milioni di famiglie che lo utilizzano abitualmente. Tivùsat non richiede alcun tipo di abbonamento mensile: è necessario solamente avere una parabola posizionata su Hotbird 13° di Eutelsat e dotarsi di un decoder tivùsat oppure un televisore certificato tivùsat HD con una cam tivùsat HD. Nella confezione del decoder e della cam è inclusa la smartcard tivùsat, che va attivata chiamato l'apposito call center..

## DIZIONARIO

### Oled o Qled? Ecco qual è il significato delle sigle

■ Entrando in un qualsiasi megastore alla ricerca di una tv, si viene attratti da una serie di sigle. Ecco cosa significano e quali potrebbero fare al caso vostro.

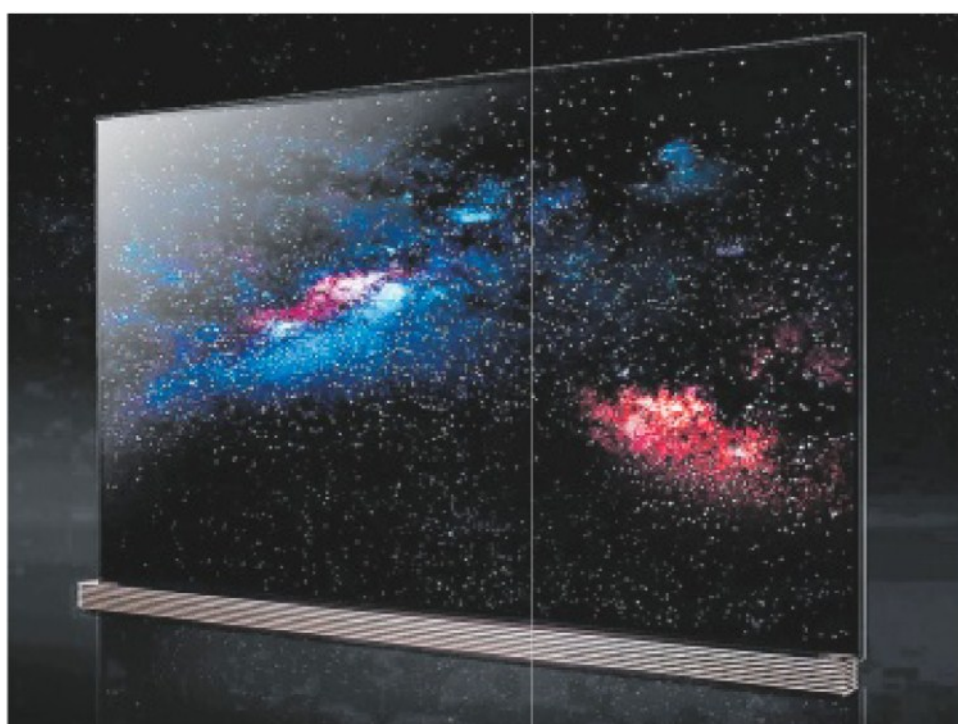
**OLED** Ovvero display capaci di emettere luminosità propria: in pratica, a differenza dei led tradizionali che devono avere una retroilluminazione per essere visibili, gli Oled producono sono punti luce e questo permette di realizzare schermi molto sottili, addirittura pieghevoli e arrotolabili. In questo caso il colore risalta grazie al nero, che è un nero assoluto. E così diventa più naturale.

**QLED** Tecnologia che si basa su nanocristalli semiconduttori o «punti quantistici»: pur simili agli Oled, non possono raggiungere la loro percentuale di nero. I Qled misurano da 2 a 10 nanometri e sono sia foto-attivi (fotoluminescenti) che elettro-attivi (elettroluminescenti). Gli schermi Qled si distinguono per l'elevato volume di colore, ossia la profondità al variare della luminosità. Vantaggi? Maggior precisione nella riproduzione dei colori e una gamma dinamica più ampia. Adatto insomma a chi preferisce immagini intense,

**HDR** È la sigla di «high dynamic range» e permette di dare risalto ai contenuti la cui quantità di colori e zone visibili (cioè non tagliate fuori perché troppo chiare o troppo scure) sono maggiori rispetto alle normali immagini. Si alza insomma la qualità dell'immagine, con la riproduzione di molti colori o livelli di luminosità insieme. È un «plus» nelle tv più recenti.

**SUHD** Che differenza c'è con l'Uhd o con l'Hd normale? Tralasciando i calcoli matematici dei pixel, si può dire semplicemente che l'Uhd è quello che viene definito il 4k, ovvero uno schermo con 4 milioni di pixel. L'SUhd è ancora un po' di più: un pannello 4K con qualche funzione in più. Tipo, appunto, il supporto all'Hdr o anche il TruMotion 240Hz per uno streaming perfetto.





## DA PANNELLO A PANNELLO

Più a sinistra il nuovo QLed Samsung Q9FN con modalità Ambient che mimetizza lo schermo quando è spento (prezzo 4499 euro per la versione da 65"). Qui accanto un w7 di Lg della linea Signature: il 77 pollici costa circa 19.990 euro. Sopra un altro tv Oled, questa volta di Philips: è la serie 9000 (da 1700 euro in su) dotata della tecnologia proprietaria Ambilight che emette una luce riposante di contrasto. A destra il Sony Bravia A1: Oled con audio Acoustic Surface che sfrutta tutto il pannello e la base d'appoggio per un audio da cinema (oltre 3000 euro per il 65")

## IL PUNTO

# Oggi l'inventore di internet teme lo strapotere del big del settore

**E invoca una regolamentazione pubblica**

**DI SERGIO LUCIANO**

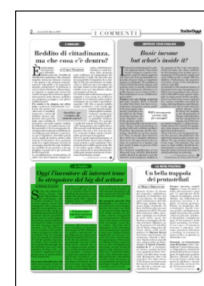
**S**i dice che Albert Einstein, alcuni anni dopo Hiroshima, abbia esclamato: «Ah, la Bomba Atomica! Se solo l'avessi saputo, avrei fatto l'orologiaio!». Sia o meno una leggenda metropolitana, questa battuta la dice lunga sui possibili pentimenti dei grandi scienziati. Questo precedente illustre viene in mente leggendo la lettera aperta pubblicata sul *Guardian* dallo scienziato che tutti reputano il padre di internet, cioè Tim Berners Lee, in occasione del ventinovesimo compleanno della sua invenzione. Dai cui sviluppi, però, Lee prende le distanze: «Il web di qualche anno fa», ha scritto, «non è quello che i nuovi utenti trovano oggi» poiché all'inizio c'era una «ricca selezione di blog e siti», ora la si trova «compressa sotto il grande peso di poche piattaforme dominanti».

**Ecco qua: finalmente alle voci preoccupate ormai da tempo levatesi da molti protagonisti della politica e della cultura si aggiunge quella dello scienziato più autorevole in materia.** Berners Lee sottolinea che le poche società leader del web possono «controllare quali idee e opinioni vengono viste e condivise» e così «trasformare il web in un'arma». Ma la cosa clamorosa è un'altra: lo scienziato che insegna al Mit di Boston,

si è spinto a pronunciare un sacrilegio per la cultura iperliberista degli Stati Uniti: ha detto che la soluzione a queste anomalie non può venire dalle stesse aziende che se ne avvalgono (sante parole!) per «cercare di massimizzare i loro profitti» e dunque che i tempi sono maturi per «un intervento normativo e giuridico». Voi capite che per un tecnologo-economista americano invocare una legge che disegni i confini delle applicazioni di una tecnologia (peraltro inventata da lui!) sarebbe come per il Papa mettere un tetto massimo quotidiano alle ostie consacrate distribuibili nelle chiese del mondo.

**Ma proprio perché l'ha inventata** e ne conosce le straordinarie potenzialità, Berners-Lee teme una Rete al servizio di pochi monopolisti. Anche perché, ha annotato, stanno sviluppando una concentrazione di potere nociva alla stessa evoluzione delle tecnologie. Cosa fanno, infatti, i big della Rete? Impiegano i loro esorbitanti mezzi economici per acquisire le start-up e i migliori talenti, impedendo sul nascere l'avvento di nuovi concorrenti. Di questo passo, l'innovazione rallenta! E forse, qualsiasi cosa ne dica l'intelligenza americana, ciò che Trump ha appena fatto (bloccare la fusione da 117 miliardi di dollari tra i due colossi dei microchip Qualcomm e Broadcom) va nella stessa direzione: no ai monopolisti mondiali della tecnologia. Google, Facebook e Amazon sono avvisati.

—© Riproduzione riservata—



di **Federico Fubini**

## Le ombre lunghe di Big Tech sulla ripresa

In un paese nel quale il 95% delle imprese hanno meno di dieci dipendenti, l'ultimo dei problemi sembra il rischio di abuso di posizione dominante da parte di pochi colossali oligopolisti. Ma ne siamo davvero sicuri? Non esattamente. E non solo perché soprattutto nei servizi pubblici, per esempio nel mercato dei trasporti, ogni città e l'intero Paese conta ancora soggetti spesso pronti ad abusare della loro posizione dominante. Questo resta sicuramente uno dei problemi, ma l'economia italiana a questo punto di svolta per la ripresa (e per la politica) deve fare i conti con altri rischi di oligopolio: quelli dei gruppi del Big Tech americano come Amazon, Facebook, oppure Google. Tutte queste aziende meritano il loro successo, perché hanno creato e reso indispensabili servizi che cambiano (in meglio) il nostro stile di vita. Sono benemerite per questo. Ma considerate per esempio la seguente domanda, che per ora non ha una risposta ufficiale: quante decine di milioni di euro all'anno sta perdendo Amazon sulle proprie attività italiane? E fino a quando

progetta di accumulare altre perdite? Naturalmente il gruppo fondato da Jeff Bezos non pubblica i propri conti solo sull'Italia, ma è nota la sua strategia in qualunque Paese arrivi: nei primi anni rivende prodotti a prezzi così bassi da generare perdite, in modo da mettere fuori mercato centinaia di migliaia di venditori al dettaglio che gli fanno concorrenza. I buchi di bilancio così generati nelle operazioni in un Paese nel quale Amazon è appena entrata vengono coperti dagli utili di quelli nei quali il gruppo è attivo da tempo. Le perdite servono a far chiudere i concorrenti — i piccoli negozi o i grandi magazzini — per poi creare un predominio nella quale Amazon possa poi alzare i suoi prezzi a piacimento. Difficile dimostrare che sia una strategia illegale, impossibile sostenere che sia corretta. Resta poi da capire se Facebook o Google siano altrettanto aggressive nel controllare il mercato pubblicitario su Internet. Di certo questi restano dilemmi più grandi della sola Italia, eppure sempre di più riguarderanno da vicino anche il nostro Paese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# I TENTACOLI DI BIG TECH

Il libro-denuncia di Jonathan Taplin è lo spunto per ragionare su potere e influenza di Amazon, Apple, Facebook e Google

di **Massimo Gaggi**

*Ecommerce, social network, pubblicità, ricerche online. Presto automobili, cliniche e farmaceutica, intelligenza artificiale, realtà aumentata, domotica. Già ora la finanza. I tentacoli di Big Tech sono tanti e potenti. Amazon, Apple, Facebook e Google riportano gli Stati Uniti alle concentrazioni di oltre un secolo fa. E la globalizzazione ha moltiplicato il loro potere e la loro influenza. All'insegna di una disruption totale — come raccontava Massimo Gaggi nell'articolo del primo maggio scorso — che ha cambiato in dieci anni abitudini e stili di vita di milioni di consumatori e il volto di Wall Street. Verrà posto un freno regolatorio a questa crescita di business e di potere?*

**U**na concentrazione del potere economico come quella attuale non si vedeva negli Usa da più di un secolo: dall'era di John Rockefeller e J.P. Morgan. Allora a rompere i monopoli ci pensò un presidente conservatore, Theodore Roosevelt. Oggi Google controlla l'88 per cento del mercato dei motori di ricerca, mentre Facebook (con le controllate WhatsApp, Instagram e Messenger) ha il 77 per cento del traffico delle reti sociali. E Amazon, oltre alla metà del mercato delle vendite online, ha il 74 per cento di quello degli ebook. «Sono, di fatto, monopoli. È ora di occuparsene smettendo di considerare la Silicon Valley un santuario».

Jonathan Taplin, docente di comunicazioni e direttore dell'Annenberg Innovation Laboratory dell'Università della Southern California è un tipo di accademico un po' particolare: prima di darsi all'insegnamento e alla ricerca è stato un manager dell'indu-

stria musicale e del cinema: ha organizzato concerti, anche di Bob Dylan, e ha prodotto film come *Mean Streets*, primo successo di Martin Scorsese, e *Until the End of the World* di Wim Wenders. Cresciuto a cavallo tra la rivoluzione tecnologica e i fermenti politici e culturali che hanno attraversato per decenni la California, Taplin guarda con disincanto alle *Internet companies*: un mondo «liberal» agli occhi dei più, ma che per lui non è affatto progressista. Anzi. Un alone politico e di sacralità tecnologica maschera la realtà di un capitalismo non meno rude di quello di un secolo fa, impegnato, come allora, a costruire monopoli.

## Provocazioni

Per questo ha scritto un libro di denuncia provocatorio fin dal titolo: *Move Fast and Break Things*. Uno slogan pro-disruption ripreso dal fondatore di Facebook, Mark Zuckerberg, che poi continuava così: «Se non rompi cose, vuol dire che non stai andando avanti abbastanza rapidamente».

Anche Taplin vuole rompere, ma lui pensa ai monopoli e agli oligopoli tecnologici. Quasi una battaglia contro i mulini a vento, vista la forza dei giganti del web, la loro popolarità e l'appoggio del quale godono tanto tra i repubblicani quanto tra i democratici. E Donald Trump che ha portato alla Casa Bianca Peter Thiel, uno dei campioni della Silicon Valley, non sembra il tipo da campagne antitrust.

Oggi, forse, la sua crociata non è più così solitaria: «Un anno e mezzo fa, quando proposi questo libro all'editore Little Brown — racconta Jonathan dalla sua casa a Los Angeles — ero uno totalmente controcorrente: sfidavo il tecno-determinismo domi-

nante che aveva sedotto pure Obama e il partito democratico. Ma da allora molte cose sono cambiate. E le reazioni al mio libro sono sorprendentemente positive».

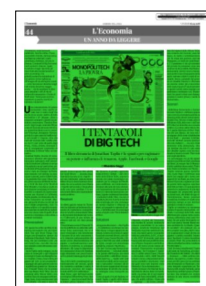
## Reazioni

In effetti qualche tempo fa *The Economist* ha dedicato un'inchiesta alla rinascita del capitalismo monopolitico in America, denunciando l'abuso di posizioni dominanti nel mercato e l'affermarsi di una cultura da *winners take all*: chi vince prende tutto.

E la settimana scorsa il *Financial Times* ha pubblicato un editoriale sullo stesso tema sostenendo che se le nuove tecnologie a volte favoriscono il successo di un solo concorrente e se le soluzioni antimonopoliste del secolo scorso (frammentazione del gigante o nazionalizzazione) sono obsolete, il problema va comunque affrontato: alla lunga la dipendenza dei consumatori da un solo fornitore (oggi alimentata con prezzi bassi e servizi gratuiti) danneggerà gli utenti.

Ma, al di là delle considerazioni sul funzionamento dei mercati, quella che comincia a cambiare è anche la percezione popolare del magico mondo dell'hi-tech californiano.

Brad Stone, capo dell'osservatorio tecnologico di *Bloomberg News* a San Francisco — uno che nei suoi libri ha sezionato prima Amazon e ora, in



*The Upstarts*, le geniali e aggressive realtà di Uber e Airbnb — dice che il ruolo della Silicon Valley, ancora in crescita sul piano tecnologico soprattutto per lo sviluppo dell'intelligenza artificiale, sta cominciando a declinare dal punto di vista culturale: con l'automazione che divora posti di lavoro e lo stress da innovazione continua, la gente continua ad ammirare i condottieri della Valle, ma non li considera più eroi. E anche la retorica della tecnologia che crea comunque un mondo migliore è offuscata da abusi, ad esempio in materia di privacy, e dall'affermarsi di personaggi senza scrupoli come Travis Kalanick di Uber.

## Soluzioni

«In appena dieci anni — dice Taplin — il capitalismo americano ha cambiato faccia: i cinque giganti che dominano la Borsa in termini di capitalizzazioni sono tutti diversi, salvo Microsoft: Exxon, General Electric, Citigroup e Shell Oil sono stati sostituiti da Apple, Google (ora denominata Alphabet), Amazon e Facebook».

Che fare? Esclusa ogni forma di nazionalizzazione — soluzioni adottate in passato dall'Europa, ma ormai improponibili e addirittura impensabili negli Usa — Taplin vede varie soluzioni possibili, anche senza arrivare a «spezzatini» societari: dal divieto di nuove acquisizioni alla regolamentazione di attività che verranno catalogate come monopolio naturale.

Il caso al quale ci si può ispirare, secondo Taplin, è quello delle telecomunicazioni del secolo scorso: «Quando, ai primi del Novecento, una ventina di società telefoniche vennero consolidate in un unico gruppo, American Telephone and Telegraph, il governo autorizzò le fusioni, ma regolò questo monopolio: istituì un controllore, la FCC, e impose alla AT&T di investire ogni anno buona parte dei suoi profitti in ricer-

ca e sviluppo. Nacquero così i Bell Labs che per mezzo secolo hanno alimentato l'innovazione tecnologica americana. Da lì vennero il transistor, le cellule solari, il laser, il forno a microonde e altro. Molti brevetti vennero messi a disposizione del sistema produttivo americano: semi dai quali sono nate imprese come Motorola e Texas Instruments».

Taplin riconosce che Internet ha caratteristiche diverse dalle reti telefoniche, ma pensa che le sue imprese principali siano assimilabili, comunque, alle *public utilities*. «Tanto più — aggiunge —, che la rete, considerata dai signori della Silicon Valley una creatura del mercato, nata dal basso, in realtà è un'infrastruttura che fu creata dal governo, anzi dal Pentagono, coi soldi dei contribuenti. E il paradosso è che gli scienziati del governo la pensarono come una struttura il più possibile distribuita e democratica perché doveva funzionare anche in caso di una guerra nella quale venivano colpiti i centri di comando. Invece, passando dal governo ai cittadini, Internet è diventato un sistema molto più concentrato nelle mani di pochi. È ora di decidere se queste società vanno regolate o se preferiamo continuare così, illudendoci che questi colossi non danneggeranno la nostra privacy e anche la democrazia».

## Scenari

Addirittura democrazia a rischio? Secondo Taplin sì: «Abbiamo appena visto come la tecnologia ha alterato la dinamica delle ultime elezioni presidenziali Usa. Ma non si tratta solo di diffusione delle *fake news* o dell'uso di Twitter per demolire un avversario politico. La cultura della Silicon Valley è quella libertaria di Peter Thiel, ora alla Casa Bianca, che non solo è un seguace delle teorie ultraliberiste di Ayn Rand — premiare la brillantezza dei vincitori, nessuna pietà per chi resta indietro — ma non crede

neppure nella democrazia, visto che sostiene che solo il 2 per cento dei cittadini capisce cosa sta accadendo nel nostro mondo. Thiel crede solo negli algoritmi».

Un personaggio che ai più appare isolato in una Silicon Valley dominata da liberal, da sempre fan di Obama e di altri candidati democratici: Thiel è stato l'unico ad andare con Trump.

Taplin contesta questa narrativa: «No, i Larry Page e i Jeff Bezos sono anche loro seguaci più o meno consapevoli di Ayn Rand: per loro il problema è il governo, sognano un mondo gestito dalla saggezza superiore della Silicon Valley coi suoi algoritmi misteriosi e onnipotenti. Si sono dati l'immagine dei progressisti perché su alcuni temi, dai diritti dei gay all'immigrazione, hanno posizioni considerate di sinistra. In realtà sono posizioni ispirate ai loro interessi aziendali: la realtà è un'altra».

Taplin si considera un testimone oculare di questa metamorfosi: «All'inizio i tecnologi della Valle erano effettivamente seguaci della contro-cultura californiana degli anni Sessanta. Ma poi guide ideologiche come il mio amico Stewart Brand vennero sostituite da Ayn Rand». Quando accadde? «Fu graduale ma, se devo scegliere una data, direi il 2004: con la quotazione Google diventa un gigante e cambia mentalità. Intanto nasce Facebook: il primo investitore è proprio Thiel che porta dentro la cultura ultraliberista della cosiddetta "PayPal Mafia"».

Tutti diventati ultraliberisti? Taplin è più cauto su Zuckerberg, gli concede il beneficio del dubbio. «In effetti — riconosce —, Mark sembra combattuto, ma staremo a vedere. Forse, come per Bill Gates che ha cambiato rotta diventando un filantropo a trazione integrale soprattutto per l'influenza della moglie Melinda, anche Zuckerberg cambierà grazie a Priscilla Chan: una pediatra che sembra animata da una sincera sensibilità sociale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Web tax europea fino al 5% del fatturato**

Una web tax europea con prelievo fino al 5% del fatturato dei grandi gruppi digitali. È questa la proposta a cui sta lavorando la Commissione Ue e che sarà presentata il 21 marzo.

► pagina 5

# Web tax europea fino al 5% del fatturato

La Commissione presenta il 21 marzo la proposta di tassazione dei grandi gruppi digitali

## Moscovici

Il commissario Ue nega che si tratti di una ritorsione per i dazi di Trump

## L'obiettivo finale

Il progetto sarebbe una soluzione transitoria in attesa di un accordo globale a livello Ocse

### EUROPARLAMENTO

Voto a Strasburgo per sollecitare l'inclusione delle aziende del web nel futuro regime unico di tassazione delle imprese

#### Beda Romano

BRUXELLES. Dal nostro corrispondente

■ La Commissione europea presenterà la settimana prossima una attesa proposta legislativa con la quale imporrà una corretta ed equa tassazione alle imprese digitali. L'iniziativa giunge sulla scia di una richiesta dei Paesi membri in settembre. A tutta prima potrebbe sembrare impopolare presso le aziende del settore, ma alcune di esse guardano con favore alla scelta comunitaria, pur di evitare un mercato unico che sia frammentato a livello nazionale.

Con il suo pacchetto, la Commissione vuole mettere sotto pressione la comunità internazionale su un tema delicato, che sta creando tensioni tra i due lati dell'Atlantico. In primo luogo, l'esecutivo comunitario intende presentare una serie di criteri con cui definire una presenza digitale standard, diversa dalla presenza fisica utilizzata da oltre un secolo per tassare i profitti. «L'obiettivo è di contribuire al dibattito a livello Ocse», spiegava ieri sera un esponente comunitario.

Nel frattempo, in via provvisoria, Bruxelles intende proporre un meccanismo di tassazione del fatturato a livello nazionale delle singole

imprese digitali. Secondo l'esponente comunitario, il meccanismo si applicherebbe in base a specifici criteri «a oltre 100 imprese europee, americane ed asiatiche».

L'aliquota verrà stabilita nei prossimi giorni; ma secondo l'esponente comunitario è già deciso che questa oscillerà tra l'1 e il 5 per cento. L'obiettivo è di ottenere un gettito «pari a miliardi di euro».

Si calcola che attualmente nell'Unione europea le imprese digitali vengano tassate con aliquote inferiori della metà alle aliquote normali. Una clausola prevederà che una società digitale non pagherà in un dato Paese una aliquota superiore a quella prevista per le normali aziende.

L'iniziativa giunge mentre da anni i Ventotto discutono - senza successo - di una base imponibile unica europea. Proprio ieri il Parlamento, che in materia fiscale ha un ruolo solo consultivo, ha dato la sua opinione positiva.

Come detto, l'iniziativa è scattata su richiesta dei Paesi membri, molti dei quali sono preoccupati dal fatto che le imprese digitali sfuggono a una tassazione equa perché non hanno una residenza fisica stabile come altre aziende, tale da permettere la normale tassazione dei profitti (si veda «Il Sole 24 Ore» del 17 settembre 2017).

Non mancano tuttavia le differenze tra i governi. Per esempio, l'Irlanda, che ospita le sedi europee di molte

aziende digitali americane, è fredda a cambiamenti su questo fronte.

In una intervista pubblicata ieri dal Wall Street Journal, il commissario agli affari monetari Pierre Moscovici ha smentito che la pubblicazione della proposta sia una risposta alla minaccia di dazi commerciali americani sull'acciaio e l'alluminio: «Non considerateci aggressivi - ha detto l'uomo politico - Non è una misura anti-americana, anche se alcune società digitali sono americane. Non è una misura protezionistica, ma è tutta legata alla tassazione equa».

Da tempo l'establishment comunitario sta tentando di spiegare che la sua scelta non è rivolta ad alcune imprese, ma a una industria digitale che sfugge per sua natura a una tassazione equa.

Alcuni Paesi hanno deciso di agire unilateralmente - come l'Italia, la Slovacchia o l'Ungheria - col rischio di mettere in pericolo l'omogeneità del mercato unico. Ecco perché Bruxelles ha deciso di proporre una soluzione temporanea in attesa che ci sia accordo a livello internazionale su come affrontare la questione.

Nei giorni scorsi, il commis-

sario Moscovici ha incontrato a Bruxelles un nutrito gruppo di imprese del settore per discutere del tema.

Un esponente comunitario ha spiegato che le aziende si sono dette favorevoli a una soluzione «omnicomprensiva e strutturale».

Al Sole 24 Ore, Olivier Bisselier, direttore finanziario di Booking.com, spiega che la sua società vuole un quadro fiscale internazionale «coerente e prevedibile», che non sia frammentato e che eviti la «doppia tassazione».

La proposta legislativa è attesa per il 21 marzo, all'indomani di un incontro a Buenos Aires nel quale il G-20 discuterà del tema. Questioni fiscali richiedono l'unanimità dei Ventotto. Il tema è particolarmente controverso e l'accordo di tutti sarà difficile da ottenere. Osserva un esponente comunitario: «Non sarà facile, ma le pressioni delle pubbliche opinioni nazionali per una tassazione equa dei giganti del web sono tali per cui i governi dovranno pur dare loro una risposta».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## I colossi digitali e la tassazione in Europa

**12,8** miliardi

**Fatturato Amazon in Germania**  
Risultato del 2016: il mercato tedesco secondo dopo quello Usa

**1-5%**

**Ipotesi di tassazione Ue su ricavi**  
L'aliquota si applicherebbe ai ricavi pubblicitari e canoni

**23,3%**

**Tassazione società tradizionali**  
Prelievo fiscale (media Ue) sulle imprese in Europa

**9,5%**

**Tassazione società digitali**  
Prelievo fiscale (media Ue) delle società digitali in Europa

**Il decreto mancante.** Attuazione rinviata in attesa delle decisioni internazionali

# Il prelievo italiano del 3% per ora resta fermo ai box

## I PROSSIMI APPUNTAMENTI

Il nuovo rapporto dell'Ocse atteso per oggi pomeriggio fornirà la base di discussione per il G20 di Buenos Aires e per le proposte di Bruxelles

**Marco Mobili**  
**Giovanni Parente**

ROMA

■ La web tax made in Italy nata con l'ultima legge di bilancio può attendere. La decisione di muoversi unilateralmente sulla tassazione dell'economia digitale ha smosso le acque per arrivare a un'azione condivisa sia a livello comunitario che internazionale. Sul primo fronte il Parlamento europeo ha dato il via libera proprio ieri con ampia maggioranza alla base imponibile unica comunitaria (si veda l'articolo in alto). Sul fronte internazionale è atteso per oggi la pubblicazione del nuovo rapporto Ocse sull'economia digitale destinato ad aprire ufficialmente la strada a una posizione unitaria (e accettata anche da tutti e 28 i Paesi della Ue) sulle misure comuni da adottare, se possibile già entro la fine dell'anno.

La task force messa in campo dall'Ocse negli ultimi anni per osservare l'economia digitale e definire possibili soluzioni sui vari aspetti che contraddistinguono le prestazioni di servizi e le cessioni di beni sull'online, presenterà oggi l'Interim Report sull'economia digitale. Un strumento atteso e che sarà al centro del prossimo G20 di martedì prossimo a Buenos Aires. Il giorno successivo sarà la Commissione Ue a discutere del pacchetto di misure da adottare nel Consiglio europeo della prossima settimana.

Nel rapporto è stata dedicata

particolare attenzione anche alle iniziative unilaterali come può essere la web tax targata Italia. Un'iniziativa che ha comunque avuto il pregio di stimolare il confronto nella Ue e che legittima a pieno le scelte dell'Italia visto che dopo l'ultimo rapporto del 2013 sul fronte della digital economy nulla è cambiato e nessun nuova regola è stata indicata per disciplinare un settore sempre più in espansione ma "accusato" a più riprese di elusione fiscale. Un fenomeno ha prodotto distorsione della concorrenza, iniquità del sistema tributario fino a condizionarne la sostenibilità.

Alla luce del nuovo calendario comunitario e della volontà di arrivare presto a una soluzione condivisa e soprattutto comune, la web tax italiana dunque può attendere. Il decreto attuativo per fare entrare in vigore la norma dal 2019 sarebbe dovuto secondo la legge di Bilancio il prossimo 30 aprile. Un termine ordinario, quindi senza effetti in caso di inosservanza. Alla luce del mutato quadro internazionale e allo stesso tempo dello scenario politico post elettorale che si è determinato nel nostro Paese, il decreto potrà essere approvato anche in autunno visto che con la presidenza bulgara e poi con quella austriaca dell'Unione europea sarà possibile definire il perimetro su cui si formerà l'accordo per la tassazione dell'economia digitale.

Quindi la linea è chiara: non fare passi troppo in avanti rispetto agli orientamenti che si definiranno in ambito extranazionale. Del resto, la web tax italiana è finita da subito nel mirino delle imprese e dei consumatori, preoccupati di vedersi scaricare sul prezzo finale delle operazioni online il nuovo prelievo fiscale.

In realtà, la manovra 2018 fa un

intervento a più ampio raggio. Riscrive, infatti, secondo le linee guida Ocse i parametri per definire la presenza di una stabile organizzazione in Italia, che è il presupposto impositivo nel nostro Paese. E a tal proposito si precisa che la stabile organizzazione non si configura se le attività svolte sono a carattere preparatorio o ausiliario. Di pari passo, come anticipato, viene istituita con decorrenza dal prossimo anno (e quindi effetti di gettito pari a poco più di 100 milioni) un'imposta sulle transazioni digitali, applicabile alle prestazioni di servizi rese nei confronti di soggetti residenti in Italia ma anche di stabili organizzazioni di soggetti non residenti. Imposta con aliquota del 3% sul valore della singola transazione, che consiste nel corrispettivo dovuto, al netto dell'Iva, indipendentemente dal luogo di conclusione della transazione. L'imposta si applica nei confronti del soggetto prestatore, residente o non residente, che effettua nel corso di un anno solare un numero complessivo di transazioni superiore alle 3 mila unità.

Un'impostazione da ricordare con l'indirizzo espresso ieri dall'Europarlamento che sembra guardare ai profitti anche di matrice "digitale", compresi i dati raccolti, nel Paese in cui sono prodotti e sulla proposta in arrivo da parte della Commissione europea.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**L'annuncio**

## Rete 5G, accordo i primi servizi entro l'estate

Tim, Fastweb e Huawei hanno firmato un protocollo d'intesa con i Comuni di Bari e Matera "per l'avvio di una partnership finalizzata a dare ulteriore impulso alla sperimentazione della tecnologia 5G promossa dal Ministero dello Sviluppo economico". Bari e Matera diventeranno tra le prime aree al mondo coperte dalla futura rete di quinta generazione che permetterà di sviluppare servizi innovativi per i cittadini, le imprese e le pubbliche amministrazioni del territorio. L'intesa porterà ad una collaborazione che consentirà l'implementazione, già entro la prima metà di quest'anno, di applicazioni e servizi avanzati basati sulla tecnologia 5G, legati alla Smart City e all'Iot, Internet delle cose, al fine di arricchire l'ecosistema digitale di questi territori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Battaglia a Piazza Affari

# Elliott sfratta i francesi da Tim Vuole Conti, Sabelli e Gubitosi

**Il fondo: cambiare sei consiglieri. A Consob il suo piano: cedola subito, scorporo Rete, conversione risparmio**

WALTER GALBIATI, MILANO

La mossa non punta dritta all'amministratore delegato del gruppo, Amos Genish, la cui nomina deve ancora superare il vaglio dell'assemblea, ma agli uomini che più rappresentano Vivendi in Telecom. Il fondo Elliott, conosciuto in Italia per il suo prestito da 300 milioni al Milan, ha chiesto con una lettera indirizzata alla società di Tlc di integrare l'ordine del giorno dell'assemblea che si terrà il prossimo 24 aprile. Il nuovo punto prevede la revoca di sei amministratori e la nomina di altrettanti sostituti.

Secondo gli americani, il primo a fare le valigie deve essere Arnaud de Puyfontaine (che ha lasciato trapelare la disponibilità a fare un passo indietro, ma a tempo), perché oltre a essere il presidente di Telecom è anche l'ad di Vivendi, la società di Bolloré primo socio di Tim col 23,94% del capitale. Con lui se ne dovrebbero andare altri due manager

del gruppo francese, Hervé Philippe e Frédéric Crépin, e il vice presidente Giuseppe Recchi, schieratosi con Vivendi nonostante la revoca delle deleghe e la defenestrazione dell'amministratore delegato con cui aveva guidato il gruppo, Flavio Cattaneo. A Elliott non piacciono nemmeno Félicité Herzog, la cui indipendenza è minata da un rapporto di consulenza con il gruppo francese, e Anna Jones, indipendente, ma colpevole di essere stata eletta da Vivendi.

Per sostituirli il fondo non ha però pensato a paladini degli azionisti di minoranza o a campioni della corporate governance, ma ha schierato una serie di manager da para-stato in grado, forse, per le loro relazioni, di risolvere le molteplici grane del gruppo in Italia, come la questione Rete. Sono Fulvio Conti, ex ad di Enel con un passato in Telecom, Luigi Gubitosi, ex Rai e Alitalia, ma soprattutto ex Wind, e Rocco Sabelli già in Eni, Alitalia e nella Telecom di Colaninno, contro cui nel 2001 il fondo Liverpool, guidato da Gordon Singer, figlio di Paul, patron di Elliott, si era schierato per la conversione delle risparmio. Tutti e tre conoscono le reti di Enel e di Telecom e aiuterebbero la società ad at-

tuare un'idea fissa di Elliott: scorporare la rete, magari fonderla con Open Fiber di Enel, e quotarla in Borsa. Un progetto, tra l'altro, che piace alla politica italiana. Gli altri tre nomi sono Paola Giannotti De Ponti, oggi membro del consiglio di Ubi e conosciuta da Elliott in Ansaldo Sts, il banchiere d'affari Dante Roscini e infine Massimo Ferrari, ex Consob, ex Capitalia, oggi in Impregilo.

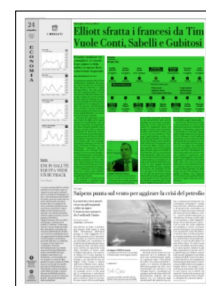
Per vincere, Elliott deve arrivare all'assemblea con voti a sufficienza per superare il 23,94% dei francesi. Al momento, sparse tra le Bermuda e le Cayman, Singer padre e figlio hanno poco più del 2,5% di Telecom. Con 35 miliardi in gestione, però, soldi per salire ulteriormente non mancano, anche se la volontà è di non superare il 5%, la soglia che potrebbe azionare il golden power del governo. Con il loro "manifesto", invece, depositato ieri sera in Consob, vogliono convincere altri fondi ad appoggiarli. La promessa latente è di far fare più soldi a tutti, oltre che con lo scorporo della rete, con un dividendo subito e, questa volta sì, con la conversione delle risparmio. Nel frattempo un po' di turbolenza non guasta. L'ultima, con l'ingresso di Vivendi, aveva portato il titolo a 1,2 euro. Oggi è salito del 2,8% a 0,8 euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



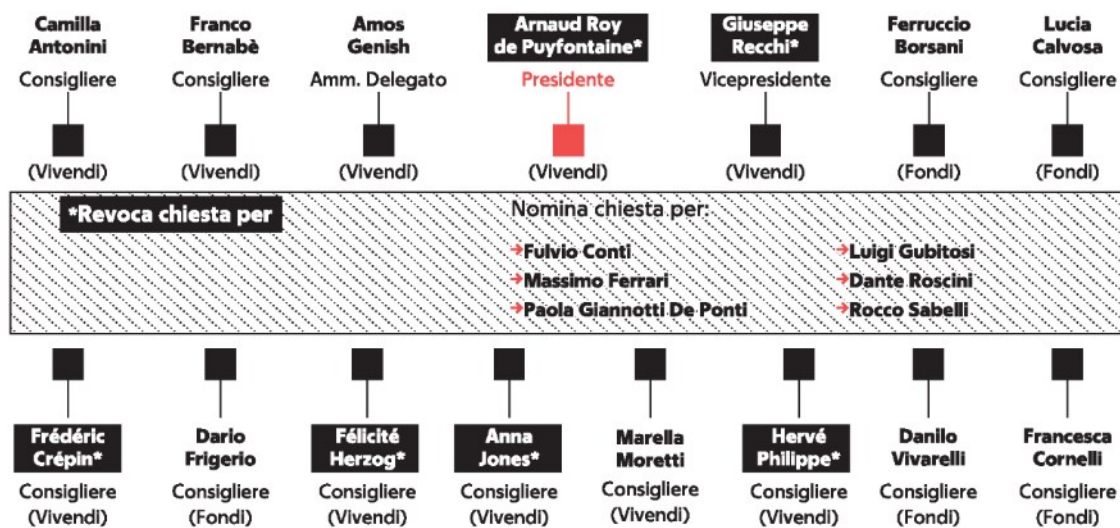
**L'ad per ora non si tocca**

Elliott non chiede l'uscita dell'ad Genisch, sia perché deve essere confermato ancora dall'assemblea sia perché piace ai grandi fondi



## Persone

### Il Cda Tim



**FINANZA****Elliott muove  
sul cda Tim  
ma sull'ad  
non si scopre**

Il fondo "attivista" Elliott ha presentato la richiesta di revoca di sei amministratori di Tim ma nella lista depositata manca il nome del candidato alla carica di amministratore delegato

che, dunque, per ora resta coperto. Il fondo chiede public company, separazione "vera" della rete, conversione delle risparmio e ritorno al dividendo.

Antonella Olivieri ▶ pagina 29

**La sfida a Vivendi.** Oggi il «manifesto» del fondo che resta (per ora) sotto il 5%

# Elliott muove su Tim ma non si scopre sull'ad

Nella lista per il cda non c'è il successore di Genish

## LA RICHIESTA

Singer propone ai soci di sostituire De Puyfontaine, Recchi, Philippe, Crepin, Herzog e Jones con sei indipendenti tutti italiani

Antonella Olivieri

■ Elliott, secondo quanto risulta a «Il Sole-24Ore», si è avvalso della facoltà di non comunicare alla Consob la sua partecipazione in Telecom fino al superamento del 5%. Quando lo farà, l'intenzione è quella di dichiararlo volontariamente anche ai fini del golden power. Non prima però di avere chiarito pubblicamente quali sono i suoi intenti. Già oggi è attesa la pubblicazione del cosiddetto "manifesto", dove il fondo di Paul Singer prenderà posizione, spiegando i motivi della sua iniziativa.

Sul nuovo fronte caldo dell'attivista Usa, la giornata di ieri si è chiusa quindi con la prima mossa di quella che si prospetta una lunga partita a scacchi: la richiesta di revoca di sei amministratori. Nell'elenco dei candidati a subentrare in consiglio ci sono l'ex ad Enel Fulvio Conti; l'ex ad di Alitalia, e come Conti con un trascorso in Telecom, Rocco Sa-

belli; l'ex ad di Wind e attuale commissario di Alitalia Luigi Gubitosi (non disponibile a incarichi operativi); Paola Giannotti De Ponti, ex Ansaldo Sts (dove è entrato il fondo Elliott) e oggi nel cda Terna; il banchiere d'affari di lungo corso Dante Roscini, che è anche docente ad Harvard; e il cfo del gruppo Salini-Impregilo Massimo Ferrari. Ma manca il nome del candidato ad, che per ora resta coperto. Non è tramontata l'ipotesi che rispunti, nel corso della partita, il nome di Paolo Dal Pino che in questi mesi ha collaborato col fondo di Singer per studiare il dossier Telecom e che recentemente si è dimesso dalla posizione di ceo dell'ex Pirelli industrial, passata al gruppo ChemChina.

Elliott chiederà dunque ai soci Telecom - all'assemblea già convocata per il 24 aprile - di fare spazio ai suoi candidati, tutti italiani, revocando i consiglieri espressi da Vivendi e cioè il presidente Arnaud de Puyfontaine, il vice-presidente Giuseppe Recchi, i due manager di Vivendi che siedono nel board - il direttore finanziario Hervé Philippe e il capo del legale Frédéric Crepin - e due consiglieri for-

malmente indipendenti che sono Félicité Herzog e Anna Jones. L'indipendenza della prima era già stata messa in dubbio dall'esistenza di un pregresso rapporto di consulenza con il gruppo Bolloré. La seconda ha lavorato alla Hearst prendendone il timone al posto di De Puyfontaine, quando il manager francese ha lasciato per passare a Vivendi, di cui è tuttora ceo.

Non c'è invece nell'elenco dei consiglieri di cui è chiesta la revoca l'ad Amos Genish, dal momento che la sua cooptazione in consiglio deve ancora essere approvata dall'assemblea. Nella comunicazione inviata a Telecom, Elliott si riserva di avanzare altre richieste di integrazione all'ordine del giorno entro il termine di legge che scade il 20 marzo. Da parte sua Telecom dovrà riu-

nire il consiglio, ma la data non sarebbe ancora stata fissata ed è logico che per fare il punto si vada oltre lunedì, quando i punti da discutere in assemblea saranno definitivi. Elliott, secondo quanto riferiscono fonti finanziarie, non ha pregiudiziali sul management - ericonosce che nel settore Genish gode di buona reputazione - ma ha l'obiettivo di portare avanti una riforma della governance nella direzione della public company con un board veramente indipendente che faccia gli interessi di tutti gli stakeholder e non soltanto di un azionista di maggioranza relativa (17,15% è la quota di Vivendi sull'intero capitale, risparmio comprese). Nell'incontro che c'è stato a Londra la settimana scorsa nel corso del road-show Tim - presenti per Elliot Giorgio Furlani e Gordon Singer, per Telecom Genish, il



Dir. Resp.: Guido Gentili

cfo Piergiorgio Peluso e l'investor relator Alex Bolis - sarebbero stati ribaditi i quattro punti-cardine delle richieste del fondo: public company, separazione "vera" della rete, conversione delle azioni di risparmio e ritorno al dividendo. Il resoconto è stato fatto dallo stesso Genish nella lettera inviata alla prima linea dei suoi dirigenti. «Le loro richieste (quelle del fondo Elliott, ndr.) sono prevalentemente un set di mosse finanziarie che sono state analizzate dal management durante la preparazione del piano strategico - scrive l'ad - concludendo che queste opzioni non sono ancora mature per impegnarsi e non c'è ancora abbastanza visibilità su come alcuni fattori-chiave collegati possano prendere forma e svilupparsi in futuro. Abbiamo spiegato loro la nostra posizione su ciascun punto sollevato e speriamo che la analizzino prima di interagire nuovamente con loro in una settimana o due». Non c'è stata insomma una dichiarazione di guerra tra i due fronti, ma solo una posizione interlocutoria, sebbene ieri fonti qualificate abbiano riferito all'agenzia Radiocor (gruppo «Il Sole-24Ore») che Genish non resterebbe al suo posto se l'assemblea ratificasse il ribaltone e l'attuale azionista di riferimento Vivendi dovesse finire in minoranza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Il tavolo del cda di Telecom Italia

