

## Rassegna del 16/07/2019

\*\*\*

<b>Sole 24 Ore</b>	<b>10</b> Nexive sfida Poste Italiane: conversione nell'e-commerce	<i>Serafini Laura</i>	<b>1</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>31</b> Consob Truffe sul web? Attenzione ai paradisi di Marshall e Vanuatu	<i>M.Sab.</i>	<b>3</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>10</b> Amazon dà il via agli sconti e tutti i rivali online seguono	<i>Netti Enrico</i>	<b>4</b>
<b>Mf</b>	<b>3</b> Open Banking, accordo Intesa-Amazon	<i>Chimenti Alberto</i>	<b>5</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>23</b> Intesa Sanpaolo avvia con Amazon l'open banking - Intesa Sp si allea con Amazon	<i>...</i>	<b>6</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>13</b> Libra, per la sede di Ginevra nessun obbligo di trasparenza in casa Facebook- Libra, per la sede di Ginevra nessun obbligo di trasparenza	<i>Galullo Roberto - Mincuzzi Angelo</i>	<b>7</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>13</b> Affondo dei Democratici: «Le big tech non possono essere società finanziarie»	<i>Barlaam Riccardo</i>	<b>9</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>13</b> Visco: il G7 affronterà il dossier Libra a Parigi	<i>...</i>	<b>10</b>
<b>Mf</b>	<b>16</b> Se Libra decollerà, dovrà trovare il modo di contribuire alla stabilità del sistema	<i>Bellavite Pellegrini Carlo</i>	<b>11</b>
<b>Mattino</b>	<b>15</b> Ora il futuro dello spazio riparte da India e Cina	<i>Capaccioli Massimo</i>	<b>12</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>35</b> Sussurri & Grida - Almaviva, l'appalto da 100 milioni per il multi-cloud	<i>f.sav.</i>	<b>15</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>11</b> «Samsung attacca alla rete gli elettrodomestici hi-tech»	<i>Biondi Andrea</i>	<b>16</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>18</b> L'innovazione strategica supera il prodotto	<i>Antoldi Fabio</i>	<b>17</b>
<b>Sole 24 Ore Rapporti</b>	<b>30</b> La fantasia (4.0) va al potere per percorrere l'ultimo miglio - Nell'ultimo miglio la fantasia (4.0) al potere	<i>Mancini Giovanna</i>	<b>18</b>
<b>Sole 24 Ore Rapporti</b>	<b>30</b> Intervista a Stefano Recalcati - «Big data per ottimizzare i percorsi»	<i>Gi.M.</i>	<b>20</b>
<b>Stampa</b>	<b>22</b> Lettera. L'impegno di Kaspersky nella lotta alla criminalità informatica	<i>s.s.</i>	<b>21</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>15</b> Open Fiber, il nodo dei tempi sulla copertura delle aree bianche	<i>Biondi Andrea</i>	<b>22</b>
<b>Mf</b>	<b>8</b> Il governo stringe le maglie della cybersicurezza	<i>Pira Andrea</i>	<b>23</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>33</b> Huawei: investiremo in Italia ma il governo cambi il «golden power»	<i>De Cesare Corinna</i>	<b>24</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>11</b> Huawei: l'Italia è strategica, investiremo 3 miliardi \$ - Tlc Huawei investe tre miliardi di \$, previsti mille nuovi posti - Piano Huawei da tre miliardi \$ Previsti mille nuovi assunti	<i>Biondi Andrea</i>	<b>25</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>14</b> Media for Europe, un tetto del 25% arginerà Vivendi	<i>Olivieri Antonella</i>	<b>27</b>
<b>Mf</b>	<b>11</b> Sul caso Mediaset l'Unione Europea assegna un punto alla francese Vivendi - Ue appoggia Vivendi su Mediaset	<i>Gerosa Francesca</i>	<b>28</b>

# Nexive sfida Poste Italiane: conversione nell'e-commerce

## LOGISTICA

### Il secondo operatore apre tre centri di smistamento robotizzati

Laura Serafini

Nexive, secondo operatore del mercato dei recapiti e dei pacchi dopo Poste Italiane, si riconverte al business dell'e-commerce. Un processo iniziato dal 2015 ma che adesso sta entrando nel vivo con la formazione del personale e con la realizzazione di tre centri di smistamento robotizzati e basati sull'intelligenza artificiale. Il primo sarà inaugurato dopo l'estate a Bologna, poi altri due a Milano e a Roma, con un investimento complessivo entro i 5 milioni di euro. I centri saranno robotizzati e gestiti attraverso l'intelligenza artificiale. Oggi Nexive annuncerà il potenziamento della rete dedicata ai pacchi e l'ampliamento degli orari di consegna alla 19,30 (più il sabato dalle 9 alle 13). E sempre oggi Poste Italiane inaugurerà il nuovo centro di smistamento di Bologna alla presenza del presidente della Repubblica, Sergio Mattarella.

A proposito della concorrenza con Poste, Nexive (controllata da PostNL) si appresta a ricorrere al Tar per bloccare le prime gare, indette dalla regione Marche e da alcuni comuni in Sardegna, che stanno partendo per avviare la liberalizzazione della consegna degli atti giudiziari. «È un mercato che vale 400 milioni di euro, fino a d'oggi gestito in riserva da Poste Italiane - racconta Luciano Traja, ad di Nexive -. La legge però obbliga i nuovi operatori a un percorso di formazione che richie-

derà tempi lunghissimi, mentre i postini dell'operatore incumbent sono abilitati di default».

Tornando alla riconversione all'e-commerce, essa è un passaggio chiave nella strategia di Nexive. «Abbiamo avviato la conversione dai recapiti tradizionali verso l'e-commerce. Se non l'avessimo fatto, con l'erosione del business tradizionale causata dallo sviluppo del digitale, non avremmo avuto altra alternativa che ristrutturare il network», spiega Traja.

La rete di Nexive in Italia dà lavoro a 8 mila persone; 1.500 sono dipendenti diretti, il resto fa parte della rete di operatori del settore che hanno contratti in esclusiva con la società controllata dal gruppo olandese Tnt. «Nei primi anni la consegna per l'e-commerce ci ha consentito tassi di crescita del 40-50%, adesso ci stiamo stabilizzando su un tasso in linea con la crescita di mercato, tra il 13 e il 16 per cento», dice Traja. Nexive ha chiuso il 2018 con ricavi attorno a 240 milioni, di questi circa il 20 per cento è rappresentato da ricavi legati all'e-commerce.

«Pensiamo di poter arrivare a un bilanciamento tra valore mercato postale e quello di pacchi per e-commerce. Nel 2018 abbiamo consegnato 8,5 milioni di pacchi, man nel 2019 supereremo quota 10 milioni - annuncia il manager -. Stiamo facendo investimenti importanti per la riconversione anche sull'It, dalle piattaforme per la gestione questo business fino ai palmari per i postini. In tutto parliamo di circa 25 milioni di euro nel prossimo triennio». Fino a qualche anno fa il core business di Nexive era rappresentato dalla consegna di estratti conto, raccomandate e raccomandate digitali a grandi clienti come le partecipate pubbliche o le banche, da Eni, Enel, a Intesa-

Sanpaolo o Mps. «Il settore dell'e-commerce oggi è concentrato su pacchetti sono consegnati al piccolo cliente - racconta il manager -. Questo richiede un cambiamento nella nostra cultura: il valore si è spostato sull'attenzione a cliente. Le persone vanno formate perchè nell'e-commerce le consegne sono sempre a favore del cliente, quando e dove le persone vogliono».

Nexive oggi ha una quota di mercato in Italia che si aggira attorno al 15 per cento complessivo; nel settore dell'e-commerce è attorno al 5 per cento. La rete consente consegne sul 100 per cento del territorio: è composta da circa 500 filiali, di cui 450 sono prevalentemente postali e le altre sono filiali partner che fanno recapito pacchi. Nel 2015 le due reti di distribuzione per i pacchi e per la posta erano separate fino ai postini; ora si sta facendo integrazione e dunque tutti gli hub logistici stanno andando in sinergia gestendo i due tipi di consegna su un doppio binario.

Tra i partner di Nexive per l'e-commerce c'è anche Amazon, che è il principale alleato di Poste per l'e-commerce «Amazon è anche nostro cliente, ci dà una quota di spedizioni che valgono circa 15/20 % del nostro fatturato e-commerce - spiega Traja - Nel mercato della logistica gli operatori non si sposano solo con un corriere, perchè hanno bisogno di un piano B. Mantengono nel panel più di un corriere, perchè questo è un mestiere complicato e può succedere sempre un disguido. Tra i nostri clienti ci sono anche Nespresso, Ebay, Ticket One. E poi tanti piccoli e-commerce dal sud, Campania e Puglia, che pian piano crescono e noi li accompagnamo nella crescita».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Nuovo business.** Nexive sta formando nuovo personale da impiegare nei centri di Bologna, Milano e Roma

**Consob**

Truffe sul web?

Attenzione ai paradisi  
di Marshall e Vanuatu

Offrire sul web presunte opportunità di investimento, prospettando guadagni facili e a basso rischio, ma senza neanche specificare da quale Paese la società opera né qual è l'indirizzo cui eventualmente ci si può rivolgere. È questo, secondo la Consob, l'abuso finanziario più frequente in Italia, in base a quanto emerge dalla più recente attività di vigilanza sui mercati da parte della Commissione. La Consob, che da febbraio del 2019 è guidata dall'economista Paolo Savona (foto), da inizio anno ha realizzato 95 interventi di vigilanza. Andando nel dettaglio dei 35 provvedimenti adottati in materia tra maggio e giugno 8 riguardano società per le quali la sede legale è non pervenuta, mentre le giurisdizioni del Pacifico del Sud, in particolare le Isole Marshall e Vanuatu, si confermano ai primi posti come base operativa per le imprese che promuovono abusivamente il trading on line e le offerte finanziarie sul web. Tra i vari interventi riconducibili all'attività di vigilanza della Commissione c'è anche un'avvertenza che mette in guardia i risparmiatori contro l'attività abusiva svolta da una fantomatica società Consob Europe Spa e contro la Real Profit Consul Eood, quest'ultima con sede legale in Bulgaria, entrambe facenti capo a un medesimo soggetto di cittadinanza italiana.

**M.Sab.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Amazon dà il via agli sconti e tutti i rivali online seguono

## PRIME DAY

Tra gli oggetti più richiesti l'high tech, informatica e i prodotti per la pulizia

A Torrazza Piemonte centro in fiamme. In Germania sciopero per i salari

Enrico Netti

Marchi globali, private label e un diluvio di prodotti con brand più o meno di fantasia made in China. Dalla mezzanotte di domenica Amazon ha dato il via alla quinta edizione del "Prime day", 48 ore all'insegna delle offertissime riservate a oltre cento milioni di clienti Amazon nel mondo. E ogni cinque minuti si aggiunge un nuovo round di offerte con sconti che possono superare il 60% del prezzo di listino. Da parte loro le altre piattaforme di ecom, tra cui per esempio eprice, hanno varato contro-campagne. «A prescindere dalle stagioni dei saldi, si stanno sviluppando sempre più iniziative di sconto create dai retailer online - spiega Valentina Pontiggia, direttore dell'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm Politecnico di Milano -. Si tratta di iniziative di singoli, spesso legate non a una stagionalità precisa ma a un momento speciale per l'azienda come il compleanno del brand (Prime Day di Amazon, iniziative di Ynap e Eataly ndr). Il successo di questi eventi porta allo sviluppo di sempre nuove iniziative che creano importanti occasioni di sviluppo dell'online». Oltre al Black Friday il Prime Day diventa così l'altro evento

chiave nel calendario dell'e-commerce planetario.

«Prime Day ha registrato un ottimo avvio in Italia: i clienti stanno acquistando prodotti in offerta in diverse categorie» dicono dalla filiale italiana del colosso. Nella hit dei best seller di ieri spiccavano soprattutto i prodotti high-tech tra cui quelli di Amazon come lo speaker Echo Dot e il Fire Tv Stick Basic Edition per l'intrattenimento online. Come prodotto di largo consumo ecco il detersivo Dash Pods 3 in 1 seguito dal videogioco Death Stranding per Ps4 e il Powerbank 20.000mAh di Aukey. Nel complesso secondo i dati di Amazon ieri sono stati acquistati oltre 53mila prodotti delle categorie hardware, tè, caffè e bevande, per la cura della casa. Ieri il dietro le quinte del Prime day ha visto un paio di imprevisti: uno sciopero in Germania e un incendio in un centro di distribuzione in Italia. Nel primo caso è stato proclamato uno sciopero a cui hanno aderito oltre 2mila lavoratori impiegati in sette hub che chiedevano un miglioramento in busta paga. «Amazon offre sconti ai suoi clienti a spese dei salari dei propri dipendenti e sfuggendo alla contrattazione collettiva» sostiene la dirigenza del sindacato Verdi, il più rappresentativo nel terziario tegesco. In Italia ieri mattina invece nel nuovissimo centro di distribuzione di Torrazza Piemonte è scoppiato un incendio. Non si registrano feriti e secondo le prime indagini le fiamme sono partite da uno scaffale con merci e non da un carrello robotizzato come era parso in un primo momento.

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Open Banking, accordo Intesa-Amazon

di Alberto Chimenti (MF-DowJones)

**I**ntesa Sanpaolo ha avviato con Amazon la prima iniziativa commerciale di open banking, offrendo ai propri clienti la possibilità di convertire i risparmi accumulati nel salvadanaio digitale di Intesa Sanpaolo in un buono regalo Amazon.it, con un vantaggio del 3% per il cliente. La logica è quella dell'integrazione tra servizi con utilizzo in digitale, i cui benefici vanno interamente alla clientela. «Condividiamo con Amazon l'ossessione per il cliente e questa iniziativa rappresenta un passo importante nell'estensione dei servizi in mobilità», ha sottolineato Andrea Lecce, responsabile Direzione Sales & Marketing Privati e Aziende Retail di Intesa Sanpaolo. Con questa iniziativa «offriamo ai clienti nuovi motivi di risparmio e di fidelizzazione». (riproduzione riservata)



NUOVO SERVIZIO

## Intesa Sanpaolo avvia con Amazon l'open banking

a pag. 23

*Iniziativa commerciale open banking*

# Intesa Sp si allea con Amazon

**I**ntesa Sanpaolo ha avviato con Amazon la prima iniziativa commerciale di open banking, offrendo ai propri clienti la possibilità di convertire i risparmi accumulati nel Salvadanaio digitale di Intesa in un Buono regalo Amazon.it, con un vantaggio del 3% per il cliente. La logica è quella dell'integrazione tra servizi con utilizzo in digitale.

«Condividiamo con Amazon l'ossessione per il cliente e questa iniziativa rappresenta un passo importante nell'estensione dei servizi in mobilità», ha sottolineato Andrea Lecce, responsabile della direzione Sales & marketing privati e aziende retail dell'istituto bancario. «L'innovazione che abbiamo attuato è strategica sia per i clienti tradizionali, a cui offriamo nuovi motivi di risparmio e di fidelizzazione, sia per i nuovi clienti di ogni d'età. Accanto alla fiducia, alla stabilità, alla sicurezza e alla cura nell'assistenza, per Intesa Sanpaolo è fondamentale offrire alla clientela

livelli di servizio e vantaggi di prim'ordine. In questo abbiamo trovato in Amazon un partner ideale e abbiamo deciso di trasferire al cliente tutti i vantaggi derivanti dalla nostra collaborazione».

I clienti della Ca' de Sass possono convertire, via app e Internet banking, i risparmi accumulati nel Salvadanaio digitale collegato al Xme Conto di Intesa Sanpaolo in un Buono regalo Amazon.it spendibile subito. Al totale dei risparmi convertiti sarà aggiunto un vantaggio del 3% per il cliente. Per esempio, 300 euro accumulati nel Salvadanaio possono essere convertiti in un Buono regalo del valore di 309 euro, con un guadagno di 9 euro.

—© Riproduzione riservata—■



Andrea Lecce



**CRIPTOVALUTE****Libra, per la sede  
di Ginevra  
nessun obbligo  
di trasparenza  
in casa Facebook****Galullo e Mincuzzi** — a pag. 13

# Libra, per la sede di Ginevra nessun obbligo di trasparenza

**CRIPTOVALUTE**

**Facebook ha scelto la forma dell'associazione: non dovrà neanche presentare i bilanci**

**L'ex procuratore Bernasconi: più facile evitare le scalate e sottrarsi al diritto elvetico**

**Roberto Galullo  
Angelo Mincuzzi**

Nessun obbligo di iscrizione camerale, di presentare bilanci e fornire informazioni ai mercati. Libra Association di Ginevra, l'organizzazione no-profit che racchiude al momento i 28 partner finanziatori della moneta globale lanciata il 18 giugno da Mark Zuckerberg, si sfilava dalla disciplina svizzera di autorizzazione e vigilanza e rende dunque ancora più opaca la trasparenza.

Dopo l'allarme delle istituzioni mondiali della vigilanza, la politica internazionale e, da ultimo, gli affondi del presidente Donald Trump negli Usa e, anche ieri, del Governatore della Banca d'Italia Ignazio Visco, si scopre ora che la scelta fatta dal quartier generale californiano di Facebook a Menlo Park ha scansato l'ampia gamma di società commerciali, a partire dalla società per azioni, che il diritto svizzero prevede sul piano societario e finanziario, per privilegiare una forma basilare che non contempla grandi obblighi di trasparenza e controlli di sorta.

In Svizzera, a parte le società quotate in Borsa, non esiste un regime di autorizzazione e di vigilanza sulle società commerciali. Per quelle più importanti esiste

l'obbligo di sottoporre i conti a una società di revisione esterna indipendente, quella sì sottoposta alla vigilanza di una speciale autorità federale. «A maggior ragione sono ancora meno sorvegliate quelle imprese che scelgono la forma giuridica dell'associazione – spiega a *Il Sole 24 Ore* Paolo Bernasconi, avvocato ed ex procuratore pubblico di Lugano –. Si tratta di casi molto rari poiché le imprese scelgono abitualmente di operare attraverso una società prevista dal diritto commerciale».

La scelta dell'associazione, dunque, è sinonimo di una maggiore opacità. Se l'associazione svolge un'attività commerciale – e non è questo il caso di Libra Association che, per espressa volontà della casa madre è senza alcun fine di lucro e al suo interno prevede come partner anche istituzioni globali non governative di aiuti umanitari e università come Creative Destruction Lab, Kiva, Mercy Corps e Women's world banking – è obbligata ad iscriversi al registro di commercio, secondo quanto prevede l'articolo 61 del codice civile svizzero. Ma nell'iscrizione pubblica figura esclusivamente lo scopo dell'associazione e il nome dei membri del comitato dell'associazione che dispongono del diritto di firma e di rappresentanza presso terzi. Nessun bilancio e nessun'altra informazione. «Per lo svolgimento di un'attività commerciale tanto più se fosse di importanza internazionale o addirittura mondiale – continua nel ragionamento Bernasconi con riferimento a Libra Association – è solito che le imprese scelgano una delle forme previste dal diritto commerciale svizzero. La scelta dell'associa-

zione talvolta avviene anzitutto allo scopo di sottrarsi alle regole imperative che sono previste dal diritto commerciale svizzero».

La scelta di affidarsi ad un'associazione prevede, inoltre, che i poteri dell'assemblea dei soci siano estremamente più limitati di quelli, peraltro già ridotti, dell'assemblea dei soci delle società commerciali di diritto svizzero. «La scelta dell'associazione – chiosa Bernasconi – talvolta è determinata dalla volontà di non esporsi al rischio di scalate da parte di terzi e di investitori intenzionati ad acquisire il potere e il controllo su una determinata impresa. Ed infatti, nei confronti di un'associazione, una scalata con *opa* o *take over* conosciuto nel diritto commerciale, è praticamente esclusa».

In Svizzera il dibattito sulla opacità della scelta di Zuckerberg e soci caduta sull'associazione sta prendendo forma. Efi Pylarinou, una tra le principali consulenti di fintech e blockchain nel territorio elvetico, pochi giorni fa sul suo profilo Facebook ha pubblicato una lunga dichiarazione nella quale ha testualmente affermato che «il fatto che Libra sia un'associazione, la forma legale più flessibile che può essere avviata in Svizzera, perfino più flessibile della scelta di affidarsi a una fonda-



zione, visto che non ha obbligo di iscrizione al registro camerale e non ha alcuna autorità di vigilanza, come pure accade con Esa proprio per le fondazioni, ci fa affermare che dobbiamo affidarci alla buona fede e alla buona volontà di Libra Association. In realtà trasparenza e governance sono di primaria importanza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Nel mirino.** Libra al centro delle polemiche a livello internazionale

**VALUTE E REGOLE****LA PROPOSTA DI LEGGE NEGLI USA****Affondo dei Democratici:  
«Le big tech non possono  
essere società finanziarie»**

Oggi  
e domani  
audizione di  
Facebook

al Congresso  
davanti alle  
commissioni  
finanziarie

Le «big tech» non sono società finanziarie e non possono operare come tali. A partire da questo assunto la maggioranza democratica della Commissione servizi finanziari della Camera ha approvato una proposta di legge che prevede multe fino a un milione di dollari al giorno, per le grandi società tecnologiche che distribuiscono monete digitali o che operano come organizzazioni finanziarie. Contrari i deputati repubblicani della commissione. La bozza di legge, che è stata visionata dall'agenzia Reuters, è arrivata dopo la proposta di Facebook di lanciare la sua criptovaluta Libra.

Venerdì Donald Trump in una serie di tweet aveva detto chiaramente di non essere un sostenitore del bitcoin e delle altre criptovalute, «che non sono monete e il cui valore è altamente volatile ed è basato sul nulla».

La bozza di normativa dei democratici è denominata «Keep Big Tech Out Of Finance Act», qualcosa come «tene fuori dalla finanza le grandi società tecnologiche». Nel documento sono definite «big tech» le società con almeno 25 miliardi di ricavi annui. «Una grande piattaforma tecnologica – è scritto – non può stabilire, mantenere o gestire un'attività digitale destinata ad essere ampiamente utilizzata come mezzo di scambio, unità di conto, riserva di valore o qualsiasi altra funzione analoga, come definita dal Consiglio dei governatori della Federal Reserve».

Preoccupazione non solo democratica. Il presidente Trump sempre nei tweet aveva aggiunto: «Libra, la moneta virtuale di Facebook, avrà poco sostegno e affidabilità. Se Facebook e altre società vogliono diventare una banca devono ottenere l'autorizzazione ed essere soggetti a tutte le regole come le altre banche». L'unica vera moneta americana per il presidente è il dollaro.

Anche il governatore della Fed Jerome Powell ha

espresso perplessità su Libra nella recente doppia audizione al Congresso. «La Fed sostiene l'innovazione finanziaria», tuttavia la moneta virtuale del social network pone sul tavolo una serie di «preoccupazioni in merito alla tutela della privacy, al riciclaggio di denaro, alla protezione dei consumatori e alla stabilità finanziaria». Facebook è stata appena multata dalla Federal Trade Commission, l'agenzia americana per la protezione dei consumatori, di 5 miliardi di dollari per la violazione dei dati personali di 87 milioni di utenti con lo scandalo Cambridge Analytica.

Oggi e domani David Marcus, il manager di Facebook che segue il progetto di Libra, sarà ascoltato al Congresso in due audizioni davanti alle commissioni finanziarie. Cercherà di spiegare i piani della società sulla criptovaluta, in quella che rischia di essere, come ha scritto qualche osservatore, un'audizione «divertente» con il finale già scritto considerando le parole della presidente della commissione Finanze della Camera Maxine Waters che ha chiesto una moratoria del progetto. Marcus in una lettera ai parlamentari ha anticipato il suo messaggio che sarà rassicurante: Libra non vuole competere con le monete nazionali e non verrà lanciata fino a quando non otterrà «appropriate autorizzazioni» da parte delle autorità regolatrici. La strada è lunga e tortuosa.

— **Riccardo Barlaam**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**BANKITALIA**

# Visco: il G7 affronterà il dossier Libra a Parigi

Libra sarà oggetto di discussione al G7 di domani a Parigi, dove Benoit Coeuré, membro del Comitato esecutivo Bce, consegnerà una relazione preliminare sulla moneta virtuale. Lo ha detto ieri il governatore di Bankitalia, Ignazio Visco, durante la presentazione di Valoridicarta. Visco aveva parlato della moneta privata di Fb anche all'assemblea Abi. I rischi da valutare - aveva detto - vanno oltre quelli di liquidità, mercato, insolvenza e stabilità del sistema monetario e toccano la sicurezza dei risparmiatori, la protezione dei loro dati e il possibile utilizzo delle monete virtuali per scopi di evasione fiscale, riciclaggio e finanziamento del terrorismo.



# Se Libra decollerà, dovrà trovare il modo di contribuire alla stabilità del sistema

DI CARLO  
BELLAVITE PELLEGRINI

**L'**esempio storicamente e culturalmente più vicino a Libra, la denominazione data alla moneta che Facebook intenderebbe lanciare nel corso del 2020, potrebbe essere quello delle wild cat banks degli Stati Uniti ottocenteschi. Tali banche stampavano moneta cartacea, in un contesto normativo carente. Si trattava di un fiat money non legato all'esistenza di un'autorità pubblica e pertanto senza specifiche garanzie, la cui affidabilità dipendeva dalla reputazione e dalla disponibilità di adeguate riserve da parte dell'intermediario emittente. Le ricorrenti crisi monetarie e creditizie e il fallimento di molte di queste banche furono una delle ragioni per le quali si giunse alla costituzione della Federal Reserve, nel 1913, fin da subito banca centrale e non solo banca d'emissione. Se volessimo andare più indietro nel tempo, le lettere di credito dei banchieri italiani dei secoli d'oro rappresentavano un esempio di fiat money la cui affidabilità dipendeva dalla solidità e dalla reputazione dell'emittente e anche dalla sua capacità di enforcement verso i grandi debitori, ovvero i potenti di allora.

**Ora potremmo descrivere** Libra come un soggetto per certi versi simile, sostanzialmente una sorta di istituto d'emissione, con un possibile bacino di utenti di circa 2 miliardi di persone. Si tratta di un potenziale rispetto al quale i due esempi sopra ricordati impallidiscono. Tuttavia in tutti e tre i casi si riconosce un tentativo di rendere il mercato più perfetto ed efficiente. Nel secondo caso ricordato si trattava di eliminare costi di transazione, potenzialmente enormi derivanti dal trasferimento fisico di oro o monete, mentre nel primo caso era necessario sostenere la crescita della massa monetaria in presenza di un'offerta crescente di beni e servizi. Nel ca-

so di Libra si intravede non solo la prospettiva di ridurre drasticamente i costi di transazione nei servizi dei pagamenti e quindi di rendere il mercato più efficiente, ma anche quella di fare accedere a un sistema di pagamenti globale una parte della popolazione che non ha accesso ai tradizionali sistemi di origine bancaria e finanziaria. Tuttavia la dimensione complessiva del progetto Libra pone alcune domande relativamente al rischio che possa mettere potenzialmente a repentaglio la stabilità dell'intero sistema finanziario globale. In primo luogo che cosa accadrebbe se Facebook dovesse fallire o più semplicemente attraversare un periodo di difficoltà sia per cause aziendali, sia per motivazioni più generali di carattere macroeconomico? Come sopra ricordato, il ruolo di Facebook/Libra ricorda un po' quello di un istituto di emissione. La nuova valuta sarebbe pertanto garantita da un paniere costituito dalle principali valute esistenti. Potremmo immaginare che, in caso di difficoltà, tali disponibilità potrebbero essere portate a garanzia, a fronte di iniezioni di liquidità, presso le rispettive banche centrali. E se non fossero sufficienti? Tuttavia, allo stato dell'arte, non esiste nessuna premessa né obbligatoria, né volontaria per cui le banche centrali esistenti debbano fare da lender of last resort a Facebook/Lybra o agli altri soggetti che intendono accompagnare Facebook in questo progetto. Non a caso il governatore della Banca d'Inghilterra ha affermato «di accogliere il progetto con mente aperta, che non significa con le porte aperte». Il soggetto alla base di tale progetto assume infatti la fisionomia di una shadow banking entity. Per questi motivi, le banche centrali potrebbero, eventualmente, acquistando o accettando a garanzia la dotazione di titoli sopra ricordata, rimodellare il perimetro dello shadow banking, fungendo di fatto come disguised lender of last resort. È un compito che le banche centrali

hanno già in parte assunto in questi ultimi anni, ma per altre ragioni e con diverse finalità.

**Dato il profilo istituzionale** del soggetto, a livello di fondamentali aziendali, siamo potenzialmente di fronte a un rischio di liquidity mismatch, tipico di alcune tipologie di shadow banking entity. Tuttavia, a questo proposito, la letteratura ha messo in luce che, nel momento della crisi finanziaria, alcuni soggetti che fanno parte dello shadow banking hanno contribuito a diminuire e non ad aumentare il rischio sistemico, dal momento che hanno sostenuto la massa di liquidità disponibile, in assenza di elevati livelli di indebitamento. Per la loro morfologia istituzionale infatti, tali soggetti hanno un basso grado di indebitamento. A questo proposito esiste tuttavia una differenza rilevante. Le valute utilizzate dalle shadow banking entity tradizionali sono quelle emesse dalle banche centrali, mentre nel caso di Facebook sarebbe per l'appunto Libra. Si sarebbe insomma in presenza di una shadow banking entity che utilizza una shadow currency! In tutto questo contesto emergono una riflessione e una domanda. La prima riguarda il fatto che potenzialmente tale iniziativa addossa ulteriori compiti relativi alla stabilità del sistema finanziario alle banche centrali e, più in generale, alle autorità monetarie esistenti. Dal momento che la stabilità ha un costo, a questo proposito Facebook/Libra è disposta a contribuire alla stabilità del sistema finanziario globale? E se sì, in che modo? (riproduzione riservata)



Archiviata l'era delle sfide Usa-Russia, i competitor di oggi sono le nuove superpotenze orientali  
E se il nostro satellite diventa interessante per i privati, gli scienziati guardano a Marte e Saturno

# Ora il futuro dello spazio riparte da India e Cina

**GLI ASTRONAUTI RESTANO SULLA TERRA MENTRE AD ESPLORE ALTRI PIANETI VENGONO MANDATE SONDE AD ALTA TECNOLOGIA, PIU' ECONOMICHE E MENO EMOTIVE**  
Massimo Capaccioli

Come cinici Don Giovanni, gli yankee, una volta conquistata la bella Selene, l'hanno abbandonata a se stessa ignorandola per cinquant'anni, seguiti a ruota dai sovietici, amanti delusi per via di un ultimo drammatico no dopo un lungo corteggiamento. Segno che per entrambi la Luna rappresentava solo un falso bersaglio in una guerra strisciante per il controllo politico, economico e militare del mondo.

Chiusa questa partita, le principali agenzie spaziali hanno rapidamente riscritto le loro strategie e si sono consorziate per costruire e sfruttare stazioni spaziali in orbita terrestre bassa, come Mir e Iss, mettendo in comune risorse e conoscenze fino ai limiti degli antichi segreti militari. L'esplorazione del cielo profondo è stata invece consegnata ai robot, poco pretenziosi e indifferenti alla morte, resi sempre più performanti da un vertiginoso progresso tecnologico, stimolato dalle richieste sia della scienza che del mercato.

Sonde robotiche hanno così raggiunto l'insospitata Venere e il pianeta rosso Marte, scorrazzandovi sopra e trivellandone la superficie in cerca di vita. Hanno girato attorno al piccolo e assolato Mercurio e ai giganti gassosi Giove e Saturno, sono scese sugli asteroidi e sulle comete, riacchiappate per la coda dopo un viaggio di miliardi di chilometri, e hanno gettato l'occhio su Titano, un grande satellite di Saturno con le caratteristiche di una giovane Terra. E molto altro ancora. I cosmonauti sono invece rimasti a lavorare e ad allenarsi allo spazio nelle palestre prossime alla Terra, facendo la spola tra Baikonur e Iss su una vecchia «carretta» sovietica, la Soyuz, riciclata dalla corsa alla Luna dopo la chiusura del programma Shuttle.

Oggi, però, a mezzo secolo dal «piccolo passo» di Armstrong, l'esplorazione umana sta ritornando in primo piano tra i progetti delle superpotenze economiche e mi-

litari del Vecchio Mondo. Le ragioni sono molteplici e variamente intrecciate. Sono cambiati il contesto tecnologico (cresciuto esponenzialmente tanto da far sembrare i computer che hanno portato Apollo 11 sulla Luna ridicoli rispetto ai nostri smartphone), le regole del gioco, le finalità e le stesse squadre interessate al torneo, con la discesa in campo dei giganti asiatici ormai competitivi anche sul fronte del volo spaziale umano. Giappone e India gareggiano da tempo con Usa, Russia e Europa nelle missioni scientifiche, e la Cina possiede risorse e conoscenze sufficienti a farle assumere nel tempo la leadership del settore, ove mai lo volesse.

La preoccupazione degli yankee non è tanto uno sbarco di astronauti con occhi a mandorla sulla Luna, che rappresenterebbe comunque un doppiopione, ma la faccenda della conquista di Marte: un'impresa capace di scatenare una nuova «space race» dai contorni e dagli esiti incerti, e di cui la Luna sarebbe di certo una pedina importante. L'arrivo di un umano su Marte appare comunque ancora molto lontano. Nonostante da decenni Nasa e Roscosmos stiano allenando alcuni purosangue per questa lunga corsa, restano alcuni importanti problemi tecnici da risolvere, come la prolungata esposizione degli equipaggi alle radiazioni cosmiche e all'assenza di gravità e di campo magnetico, per non parlare della gestione delle emergenze a decine di milioni di km da Terra.

Arrivarci e saper tornare a casa, poi, non è certo il fine ultimo. Bisognerà stabilire colonie umane in situazioni estreme, imparare e rifornirle e soccorrerle sino a renderle sostanzialmente indipendenti, creando una vera e propria «agricoltura» spaziale per il nutrimento e forme di conversioni delle risorse locali in aria e acqua. Cose facili a dirsi nei racconti di fantascienza ma molto difficili a farsi persino sulla Luna, che dista dalla Terra appena 400-mila km. Tuttavia, la velocità impressa alla prima space race dal confronto Usa-Urss suggerisce che un eventuale replica Usa-Cina potrebbe infondere inattese accelerazioni al processo. Forse, come amava dire l'indimenticato amico Nanni Bignami, il bimbo che calcherà il suolo del pianeta rosso è già nato da tempo. Non sappiamo dove, però, né che colore abbia la sua pelle

Poi c'è la questione dei privati, cui viene



ormai consentito di realizzare indipendentemente dai governi (in particolare quello Usa) «imprese di trasporti» e di sfruttamento dello spazio. Per il momento solo agenzie di viaggio per vacanze spaziali di superlusso. Ci stanno investendo imprenditori del peso di Jeff Bezos, l'uomo che ha fondato Amazon, e la Boeing, che di volo e di spazio se ne intende. Una nicchia, per ora, da cui spunteranno di certo soluzioni interessanti per cargo spaziali sicuri e a basso costo, premessa alla vera colonizzazione del Sistema Solare. Un po' quello che era successo alle varie Compagnie delle indie nate sulla scia di quella Britannica a partire dal secolo XVII, le quali si arricchivano e arricchivano i rispettivi Paesi con commerci sostenuti dalle marine militari. Ecco allora un altro elemento: l'esigenza di controllare lo spazio con forze armate specializzate che non solo sappiano tenere in scacco la Terra ma proteggano le rotte del cielo. Il presidente Trump ne ha già ordinato al Pentagono la costituzione e presto seguiranno le altre grandi nazioni.

Insomma, anche se non è facile intuire che c'è dietro l'angolo, pare davvero che debba essere la guerra, fredda o calda che sia, a rilanciare la corsa alla conquista delle stelle. Non solo perché esse sono lì, come disse Kennedy nel suo celebre discorso della Luna nel 1962, ma perché non siano gli altri a toccarle per primi, per la gloria, il potere e lo sfruttamento delle risorse (sebbene quest'ultimo aspetto appaia ancora prematuro). L'importante è non perdere tempo, perché la differenziazione dei nostri investimenti umani è l'unica assicurazione contro l'eventuale estinzione della razza umana a causa di qualche catastrofe cosmica.

Fattibile? La risposta è affermativa, con alcuni caveat: per esempio, collaborare invece che competere, e smettere di inquinare lo spazio circumterrestre coi detriti degli innumerevoli satelliti lanciati senza disciplina da chiunque sulla Terra, che oramai stanno bloccando le rotte del cielo profondo. Insomma, chi vivrà vedrà, e c'è da credere che potrà anche rimanerne sbalordito.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La memoria e i progetti



Ventotto ore di diretta: erano le 19.30 del 20 luglio 1969 quando la Rai iniziò una maratona televisiva che avrebbe cambiato la storia, andata avanti sino alle 23.30 del giorno successivo. Memorabile anche il battibecco tra Tito Stagno e Ruggero Orlando.



Un viaggio in tempo reale per rivivere l'emozione lo sbarco sulla Luna esattamente come si è svolto 50 anni fa: è possibile grazie al ricercatore della Nasa Ben Feist, che ha realizzato un sito web con video, foto e audio basandosi solo su materiale storico



**Il Metropolitan Museum di New York dedica alla Luna una mostra che sino al 22 settembre esplorerà attraverso la fotografia ciò che ha ispirato appunto la storica missione del 1969. In esposizione anche filmati, dipinti, installazioni artistiche, strumenti astronomici e macchine fotografiche usate dagli astronauti.**



**Potrebbero volerci dieci giorni prima che la sonda indiana Chandrayaan 2, diretta sulla Luna, possa di nuovo affrontare il lancio, una volta risolti i problemi tecnici che l'altra sera hanno bloccato il contro alla rovescia.**

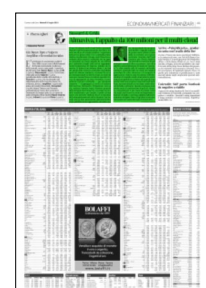


## Sussurri &amp; Grida

## Almaviva, l'appalto da 100 milioni per il multi-cloud

(f. sav.) Si chiama multi-cloud ibrido e promette risparmi nell'immagazzinamento dei dati e minore uso di pc ed energia elettrica. A sperimentarlo per la prima volta è l'ex Lombardia Informatica, ora chiamata Aria spa, cioè il braccio tecnologico della regione Lombardia che ha appena assegnato un mega-appalto da 100 milioni per i prossimi cinque anni ad un raggruppamento temporaneo di imprese, guidato da Almaviva. Si tratta di un sistema misto, i cui dati dei clienti della regione Lombardia (soprattutto quelli del sistema sanitario), verranno da ora in poi immagazzinati su diversi cloud, in modo da non avere nessun blocco ai sistemi operativi. Invece di appoggiarsi ad unico fornitore, il committente regione Lombardia — per interposta Almaviva — si appoggerà ai servizi di Amazon Web Services, Microsoft e Virtustream. Con un clic, assicura Antonio Amati, direttore generale della divisione It di Almaviva, «si rompe un modello tradizionale» per lasciare il posto ad uno nuovo che prevede l'utilizzo di pc in funzione della domanda mutevole della clientela. Una formula just in time proveniente dall'amministrazione pubblica senza appesantire un unico server, ma spaziando da un operatore all'altro. L'appalto si prevede possa essere pilota in tutta Italia in coerenza con il piano nazionale lanciato dall'Agid (Agenzia per l'Italia digitale) che prevede la creazione di poli strategici nazionali dove accentrare i dati della pubblica amministrazione in modo da "spegnere" le oltre 20mila celle di comuni, università, ministeri, gestendo tutto in cloud con migliori procedure di cyber-sicurezza e di recupero di applicazioni e dati in caso di collasso dell'infrastruttura. Il modello multi-cloud aiuta le amministrazioni pubbliche a ridurre gli acquisti di pc, perché i dati non vengono conservati negli hardware, ma sono ubicati nei vari data-center dislocati in Italia e all'estero. Questa commessa testimonia anche il cambiamento di pelle di Almaviva, conosciuta per il suo ramo di contact center che negli anni scorsi ha avuto un'importante riduzione di taglia. L'azienda, guidata dall'amministratore delegato Marco Tripi (foto) si sta riposizionando sul segmento It più remunerativo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# «Samsung attacca alla rete gli elettrodomestici hi-tech»

## HOME APPLIANCES

**Grassi: internet delle cose per crescere nel segmento nei mobili da incasso**

**Andrea Biondi**

Internet delle cose, ingresso con decisione nel segmento dei mobili di incasso e prodotti di alta tecnologia, per mettere a fattor comune i vantaggi dell'hi-tech e la notorietà del brand. «Per quanto ci riguarda, nel mercato degli elettrodomestici stiamo crescendo a doppia cifra». Daniele Grassi è il vicepresidente della divisione Home Appliances in Samsung Italia: la parte di Samsung differente dalla telefonia, la consumer electronics, che a sul totale del business, a livello mondiale come in Italia, pesa attorno al 35% del totale.

Che si parli di telefoni o di soluzioni per la casa, in Samsung il discorso cade sempre su innovazione e hi-tech. E le difficoltà del mercato, visibili anche nelle crisi di alcuni competitor, appaiono sfumate. «Diciamo - replica Grassi - che la domanda di mercato è abbastanza stabile e il mercato è assai frammentato. Noi con il 14% a valore, dato Gfk, siamo il brand leader». Merito questo, anche del fatto che Samsung si presenta ai consumatori con un solo marchio, con il risultato che il gigante

coreano, che in Italia nell'ultimo esercizio ha realizzato ricavi per 2,7 miliardi di euro, è al primo posto nei frigoriferi, al secondo nelle lavatrici e al secondo posto nel comparto microonde.

Samsung, dal canto suo, non vive neanche le tensioni occupazionali di altri competitor, avendo scelto di concentrare la produzione in Polonia per il bianco e in Slovacchia per i televisori. In Italia, oltre all'headquarter milanese, c'è invece un centro design e la vendita dei prodotti avviene perlopiù nella grande distribuzione. Nessun monomarca «e non abbiamo progetti di questo tipo», chiosa Grassi. Certo, il mercato degli elettrodomestici oggi «si trova di fronte a varie sfide. Una di queste passa attraverso un ruolo crescente che il web sta assumendo come fonte di informazione e canale di vendita. Ci sono poi i tassi di innovazione elevati, con domanda crescente riguardo a trend come la casa intelligente».

Proprio sui contenuti hi-tech, spiega Grassi, Samsung ha intenzione di puntare, forte di una ricerca e sviluppo che a livello di gruppo vede mettere in campo in R&D 14 miliardi di dollari annui: circa il 7% del fatturato. «Entro la fine dell'anno tutti i nostri dispositivi saranno IoT ready. In quest'ottica stiamo cercando di sensibilizzare i consumatori al concetto di smart

home. E ai suoi vantaggi». Un esempio per Grassi appare indicativo: «Abbiamo in vendita il frigorifero con lo schermo incorporato. A cosa serve? Per esempio a sapere anche da fuori casa cosa ho nel frigo. E i vantaggi non si fermano qui».

Si parla in questo caso di alta gamma, ma è questo che secondo il vicepresidente di Samsung distingue la casa coreana dai competitor tradizionali. «Con l'avanzamento del concetto di innovazione anche in casa la nostra posizione dovrebbe continuare a migliorare», dice poi puntando il ragionamento anche su un altro aspetto, quello della sostenibilità: «Una lavatrice di 7 anni fa consuma 4mila litri di acqua in più all'anno rispetto a una acquistata ora. Sono dati folli ed è dovere dell'industria comunicare anche questi benefici della tecnologia. Abbiamo calcolato che se solo l'1% cambiasse lavatrici ci sarebbe un risparmio di 100 milioni di litri d'acqua».

Il 2018, intanto, è stato un anno importante per la Smart Home in Italia, con vendite che a livello di mercato sono salite del 52% rispetto al 2017 raggiungendo i 380 milioni di euro. «I margini di miglioramento - spiega Grassi - sono enormi. E l'arrivo del 5G sarà un ulteriore incentivo alla produzione e all'adozione di elettrodomestici intelligenti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I NUMERI

### 2,7 miliardi

**Ricavi in Italia**

Il gruppo coreano Samsung si presenta ai consumatori italiani con un solo marchio e nell'ultimo esercizio ha realizzato nella Penisola ricavi per 2,7 miliardi di euro. Samsung è al primo posto nei frigoriferi, al secondo nelle lavatrici e al secondo posto nel comparto microonde

### 7%

**Investimenti in R&D**

Samsung a livello globale investe in ricerca e sviluppo 14 miliardi di dollari all'anno, circa il 7% del fatturato globale del colosso coreano. La scommessa del gruppo è ora focalizzata sull'internet delle cose e sull'ingresso nel segmento dei mobili di incasso



**DANIELE GRASSI**  
Vicepresident della divisione home appliances di Samsung Italia



# L'INNOVAZIONE STRATEGICA SUPERA IL PRODOTTO

## L'APERTURA DELLE IMPRESE A INPUT ESTERNI STIMOLA CAMBIAMENTO E COMPETITIVITÀ

di **Fabio Antoldi**

**Il testo è uno stralcio tratto dal volume «L'eccellenza manageriale. Imparare dalle Best managed companies italiane»**

La maggioranza dei settori industriali, del manifatturiero come dei servizi, è alle prese in questi anni con uno sviluppo tecnologico intenso e pervasivo per tutti i processi aziendali, sviluppo che comunemente passa sotto l'etichetta di Industry 4.0.

Si tratta, com'è noto, di un nuovo paradigma organizzativo e industriale che vede l'adozione pervasiva nelle aziende di tecnologie quali la meccatronica, la robotica collaborativa, *Internet of things* (Iot), *Big data* e *machine learning*, *Intelligenza artificiale* (Ai), *cloud computing*, *cybersecurity*, manifattura additiva (stampa 3D), nanotecnologie, materiali intelligenti. Sebbene questo paradigma investa massicciamente soprattutto i processi delle imprese manifatturiere, in realtà molte di queste tecnologie trovano un impiego anche nelle imprese di servizi, che grazie soprattutto alle tecnologie informatiche, alla connettività web e ai sistemi smart, stanno vivendo un processo di globale e progressiva digitalizzazione delle loro attività.

Un recente studio condotto da Deloitte su 760 aziende europee localizzate in 16 Paesi e appartenenti a venti settori ha appurato che oggi per il 92% delle imprese intervistate la tecnologia è il prin-

cipale fattore della loro innovazione, seguito al secondo posto dalle aspettative dei consumatori, con l'86 per cento. Tra le varie tecnologie analizzate in questo studio, gli investimenti delle imprese in *big data analytics* (69%) e nel *cloud computing* (62%) sono a uno stadio già molto avanzato e destinati ancora a crescere nei prossimi due anni, così come risulta rilevante l'investimento dei rispondenti in applicazioni dell'intelligenza artificiale (43%), della realtà virtuale e aumentata (38%) e in automazione robotica dei processi (36%).

Non è un mistero che il nuovo paradigma 4.0 - apparso in Germania come politica industriale fin dal 2011 e oramai concretamente diffuso in molti Paesi avanzati - chiami oggi le imprese italiane a una transizione molto veloce, per colmare un *gap* tecnologico, rispetto ai concorrenti internazionali, molto evidente in alcuni settori ed evitare così di restare penalizzati nella competizione sui mercati.

Per molte imprese, questo cammino ambizioso e accelerato verso un modello di business ancor più tecnologico, più innovativo e, quindi, più competitivo non è un cammino fatto in solitaria, ma all'interno di eco-sistemi per l'innovazione in cui hanno per tempo collocato la loro organizzazione.

Le esperienze consolidate in molti Paesi - a partire dal modello della Silicon Valley - ci insegnano infatti che l'innovazione imprenditoriale non deve chiudersi entro i confini proprietari delle strutture di R&D create dall'impresa, perché per fare innovazione è sempre più fondamentale il *network* di relazioni con soggetti esterni. È questo il paradigma comunemente chiamato della "*open innovation*". Per questo motivo, le imprese che vogliono esser eccellenti anche nell'innovare, anche se si sono dotate di strutture e team di

R&D interni, investono con convinzione in *partnership*, *joint venture*, collaborazione con *start up*, università, centri di ricerca esterni, incubatori, oltre che cercare di coinvolgere clienti e fornitori nelle loro azioni innovative.

Sebbene sia chiara questa tendenza ad aprire i processi innovativi, molte aziende europee non si sono ancora rese conto fino in fondo dell'importanza degli eco-sistemi per l'innovazione e faticano a capire il vantaggio di sfruttare le alleanze e le reti di collaborazioni esterne come fonti di innovazione.

In un'epoca come questa fortemente segnata dalle pervasività della tecnologia e dal paradigma dell'Industria 4.0, è fondamentale pensare all'innovazione come a una più ampia cultura aziendale orientata al cambiamento continuo e che deve generare modi sempre nuovi di pensare a come migliorare la soddisfazione e l'esperienza dei clienti. In altre parole, l'innovazione richiede all'impresa eccellente di abbracciare una cultura organizzativa orientata al miglioramento continuo, in cui il come portare una novità sul mercato è importante tanto quanto quale novità portare.

Il cambiamento culturale è l'elemento essenziale sottostante a questa accezione allargata di innovazione. Esso riguarda tutti i collaboratori, che devono comprendere a fondo come solo i processi aziendali innovativi possono mantenere la competitività di medio-lungo termine.

Per questo una vera cultura dell'innovazione richiede una *leadership* aziendale capace di dettare un'agenda del cambiamento in azienda e di favorire una cultura organizzativa attenta non solo ai grandi cambiamenti, ma anche ai dettagli e alla quotidianità.

*Docente di Strategia aziendale e imprenditorialità all'Università Cattolica del Sacro Cuore*

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Presentazione.**  
Oggi a Milano

(Università Cattolica, dalle 16,30) presentazione del libro *L'eccellenza manageriale. Imparare dalle Best managed companies italiane* (a cura di

Fabio Antoldi, Daniele Cerrato, Ernesto Lanzillo e Andrea Restelli; Franco Angeli, 160 pagg., € 25,00), in concomitanza con il dibattito sull'iniziativa «Best managed

companies award (Bmc)», proposta da Deloitte in vari Paesi del mondo e organizzata dal 2018 anche in Italia, con il supporto di Altis, Confindustria ed Elite.



**Ecommerce**

La fantasia (4.0)  
va al potere  
per percorrere  
l'ultimo miglio

**Biciclette, furgoni elettrici, droni,  
lockers: il trasporto cambia veste**

—Giovanna Mancini a pagina 30

# Nell'ultimo miglio la fantasia (4.0) al potere

**Ecommerce.** Veicoli elettrici, furgoni ibridi, biciclette, nuovi mezzi: le società di trasporto virano su soluzioni alternative per chiudere il cerchio delle consegne

**Giovanna Mancini**

**M**assima precisione, flessibilità e semplificazione dei servizi di consegna delle merci a casa e ritiro di eventuali resi. Ma anche diffusione di «locker» e «pick-up points» all'interno delle città, collocati in luoghi ad alta frequenza di passaggio, come stazioni o supermercati, facilmente raggiungibili dai cittadini nella loro routine quotidiana.

Le nuove strategie delle aziende per coprire il cosiddetto «ultimo miglio» della catena del Delivery vanno in questa direzione, in Italia come nel resto del mondo, e fanno leva sulle tecnologie più avanzate – dai Big Data all'Intelligenza Artificiale – per rispondere a una domanda in continua crescita, sempre più esigente, e gestire una rete di conseguenza sempre più vasta e capillare di operatori che consegnano le merci a qualunque ora del giorno e della notte.

Il tema è complesso, spiega Damiano Frosi, direttore dell'Osservatorio Contract Logistics del Politecnico di Milano, perché l'esplosione dell'e-commerce nel nostro Paese come in tutto il mondo rende necessario da un lato potenziare l'industria delle consegne, dall'altro evitare che questo porti alla congestione nei centri urbani, con conseguente perdita di efficienza per il servizio stesso, oltre a disagi per i cittadini e inquinamento. Da qui il diffondersi di soluzioni di «logistica 4.0» che riguardano sia il «software» della catena (la gestione dei flussi), sia l'«hardware» (veicoli elet-

trici o a metano, bici o motorini, fino alla sperimentazione di droni e piccoli robot), con l'obiettivo di rendere l'intera filiera più efficiente e sostenibile.

«Il mondo della logistica è in grande fermento – conferma Frosi –: nascono nuove start up, gli operatori tradizionali crescono, sia alleano o si fondono tra di loro, sperimentano nuovi servizi e nuove tecnologie». Tutti si stanno attrezzando per rinnovare le flotte con mezzi ibridi o più adatti a muoversi nei centri storici. È il caso del colosso tedesco Dhl Express, che in Italia ha investito circa 70 milioni di euro tra il 2014 e il 2018 per rinnovare la flotta di mezzi terrestri: a oggi 2.900 unità di cui oltre 1.600 tra veicoli elettrici, biciclette, furgoni a basso impatto ambientale e auto ibride. Anche Number1 – gruppo italiano da 306 milioni di euro, specializzato nel trasporto merci per il mercato del Grocery – scommette sulla sostenibilità e dovrebbe deliberare a breve «un investimento di circa 10 milioni per rinnovare la flotta dell'ultimo miglio» (500 mezzi), spiega l'amministratore delegato Gianluca Calanchi, ricorrendo all'uso di gas metano, una scelta ritenuta efficace sul piano ambientale e non troppo onerosa per l'azienda e i partner trasportatori.

L'altoatesina Fercam (811 milioni di fatturato consolidato nel 2018 e 2.100 dipendenti diretti) utilizza per le consegne dell'ultimo miglio mezzi a gas naturale liquido – spiega il presidente Thomas Baumgartner – mentre per le piccole spedizioni legate all'e-commerce si affida a operatori specializzati che consolidando la merce anche per altri operatori, all'interno di

appositi centri di smistamento, in modo da saturare gli automezzi e massimizzare i giri di consegna.

Anche un protagonista dell'e-commerce come Amazon si è aperto al business del Delivery, cruciale per garantire la «customer satisfaction» di chi acquista sul proprio portale. «Per rendere più efficiente e sostenibile il servizio è necessario radicarsi in modo capillare sul territorio nazionale», osserva Marco Ferrara, responsabile Delivery Service di Amazon Logistics per l'Italia. Oltre a quattro grandi hub, infatti, Amazon nel nostro Paese ha aperto anche 13 stazioni di consegna (Delivery Stations) nelle principali città italiane, dove i pacchetti in arrivo dai magazzini principali vengono smistati e divisi per microzone, e due hub intermedi («Sortation center») a Piacenza e Bergamo, dedicati a collegare più efficacemente la rete dei magazzini europei con le stazioni italiane. Non mancano le sperimentazioni di veicoli non inquinanti e alternativi, tra cui i droni, per ora negli Stati Uniti, in Gran Bretagna, in Austria e Israele. Anche Dhl sta sperimentando l'uso di droni, al momento in Cina.

Ma in Italia ci sono ancora diversi limiti, legati alla normativa sul traffico

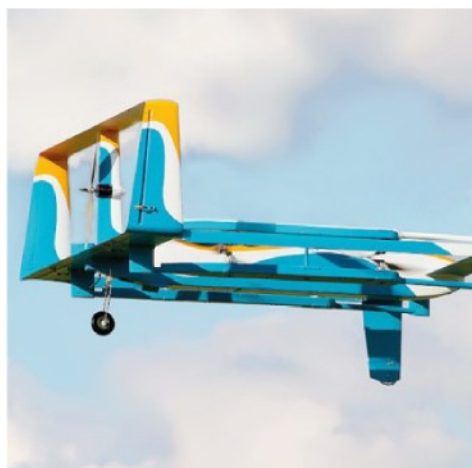


aereo, che non rendono per il momento appetibile questa frontiera. «L'uso di droni sembra poco indicato per le consegne in città – osserva Damiano Frosi –, mentre potrebbe avere senso in luoghi scarsamente accessibili, ad esempio in montagna o in mezzo al mare, o per consegne di emergenza, ad esempio in caso di incidenti o calamità naturali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Gli investimenti delle società indirizzati al rinnovo green del parco macchine. Il boom di stazioni di consegna e lockers**

**Soluzione green.**  
Un bike messenger a Roma mentre effettua una consegna



**Alternative.** Gli operatori stanno sperimentando nuove tecnologie (a sinistra, un drone di Amazon) oppure veicoli alternativi non inquinanti e più adatti a muoversi nei centri urbani (a destra, una "Cubicycle" di Dhl a Francoforte)

## L'intervista. Stefano Recalcati (Arup)

## «Big data per ottimizzare i percorsi»

La crescita esponenziale dell'e-commerce sta rivoluzionando anche il mondo della logistica e delle spedizioni, con conseguenze sulla vita delle città che costringono a importanti riflessioni sia le società di delivery, sia gli amministratori locali. «La richiesta crescente di consegne sempre più personalizzate ed efficienti ha un impatto diretto su tutta la catena della logistica e specialmente sull'ultimo miglio» spiega l'architetto Stefano Recalcati, responsabile Europa per il Masterplanning & Urban Design dello studio di progettazione Arup -. Gli operatori devono trovare nuovi business model per garantire l'efficienza del servizio. Le città devono cercare soluzioni per gestire l'aumento dei mezzi di trasporto su strada e quindi la maggiore congestione del traffico e l'inquinamento.

**Esistono esempi all'avanguardia?**  
Alcuni municipi, come Londra, hanno proibito la consegna delle merci in determinate fasce orarie; altri, come Stoccolma e Copenhagen, hanno vietato l'ingresso nei centri abitati di veicoli con livelli inquinanti non adeguati. Altre città hanno scelto invece di sfruttare metodi alternativi di trasporto urbano, ad esempio fiumi e canali nel caso di Amsterdam, riscoprendo itinerari che nel tempo si erano persi e che oggi tornano validi. L'Italia come sempre è un po' indietro, ma alcune città stanno cominciando a lavorare seriamente in questa direzione.

**Le tecnologie possono agevolare la ricerca di soluzioni efficienti e insieme sostenibili?**

Nell'ottica di un servizio più efficiente sarà fondamentale l'uso dei Big data

per ottimizzare i percorsi dei veicoli tramite mappe che tengano in considerazione non solo i punti finali di recapito, ma anche le condizioni del traffico o del meteo. Attraverso sistemi di Intelligenza Artificiale si potrà invece organizzare lo stoccaggio dei pacchetti nei centri di smistamento e la loro collocazione nei veicoli in base all'ordine e alle caratteristiche delle consegne. Secondo alcuni studi, questa pianificazione permetterebbe di ridurre mediamente del 50% gli attuali tempi di consegna.

**Sul fronte urbanistico, che cosa dovranno fare le città?**

Dovranno rendere compatibili le strade con queste nuove forme di consegna. La sfida è immaginare spazi di carico e scarico delle merci flessibili. Ancora una volta grazie ai Big data, si potrà pianificare l'uso di piazzole e marciapiedi, da destinare a un utilizzo differente a seconda della fascia oraria: uno stesso luogo servirà alla raccolta o consegna delle merci per alcune ore, e per il resto tornerà a disposizione dei cittadini e delle comunità, ospitando il passaggio pedonale oppure i tavolini di un bar o ristorante o altre attività.

**E i centri di consolidamento?**

È una soluzione che si sta diffondendo: gli operatori portano le merci in questi centri cittadini e da qui un operatore terzo si occupa dell'ultimo miglio. Anche questi hanno implicazioni urbanistiche, perché dovranno sorgere in luoghi di intermodalità tra mezzi su ferro e strada, baricentrici rispetto alle città. E dovranno essere luoghi vivi, non solo di stoccaggio.

—Gi.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Architetto.**

Stefano Recalcati è responsabile Europa del settore Masterplanning & Urban Design di Arup, società indipendente di progettazione con oltre 14mila dipendenti in 34 Paesi



## L'impegno di Kaspersky nella lotta alla criminalità informatica

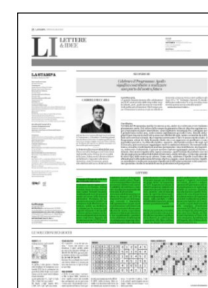
In relazione a quanto apparso giovedì scorso su «La Stampa», Stefano Stefanini chiama in causa senza alcuna ragione l'azienda Kaspersky (multinazionale tra le più grandi al mondo nel settore della sicurezza informatica). Precisiamo che Kaspersky ha un accordo dal 2007 con il ministero degli Affari Esteri per la fornitura, tramite un distributore, di soluzioni per la sicurezza degli endpoint. Kaspersky è solo una delle diverse aziende straniere che forniscono soluzioni di sicurezza al ministero degli Esteri. Riguardo alle elezioni americane del 2016 non ci sono mai state accuse di alcun coinvolgimento da parte di Kaspersky. In quanto azienda privata, l'impresa non ha legami politici con nessun governo ma collabora con le autorità pubbliche di molti Paesi e con le forze di polizia internazionali nella lotta contro il cybercrimine.

Ad esempio dal 2014 Kaspersky collabora con Interpol e nel 2019 ha rinnovato l'accordo per altri cinque anni, mettendo a disposizione dell'organizzazione i propri esperti per la formazione e per fornire i dati sulle minacce in atto e rilevare possibili attacchi. Questa cooperazione rafforza le relazioni già esistenti tra le due organizzazioni e garantisce che la condivisione di informazioni e tecnologie possa supportare Interpol nelle indagini relative alla criminalità informatica. A testimonianza del proprio impegno per la fiducia

dei propri clienti e la trasparenza, nel 2017 Kaspersky ha lanciato la Global Transparency Initiative che comprende una serie di misure concrete e proattive, volte al coinvolgimento di esperti di cybersecurity - esterni e indipendenti rispetto all'azienda - nella convalida e verifica dell'affidabilità di prodotti, processi interni e operazioni aziendali.

KasperskyItalia

*Il livello e la qualità di servizi di Kaspersky Lab sono fuori discussione. Il problema è speculare a quello posto da Huawei. La «cybersecurity» è equivalente alla difesa militare. L'Italia ha bisogno di strumenti, quali il «golden power», che sottopongano i rapporti contrattuali con società, straniere o italiane, operanti nell'informatica e nelle telecomunicazioni a un vaglio inappellabile di sicurezza nazionale, non solo di prezzo e qualità. Ne beneficerà chi, come Kaspersky Lab, ha adottato misure di trasparenza aziendale e indipendenza politica. Questo non impedisce che la società, anche a seguito degli strascichi della campagna presidenziale americana del 2016, sia tuttora sotto restrizioni in alcuni Paesi alleati, come Usa e Olanda, ma l'Italia potrà benissimo arrivare a diverse conclusioni. Il problema non è di Kaspersky Lab, è di Roma che deve fare la sua parte. s.s.*



# Open Fiber, il nodo dei tempi sulla copertura delle aree bianche

**La società fa slittare al 2021 la deadline per completare i lavori dei primi bandi**

**Andrea Biondi**

Sulla copertura delle aree bianche, Open Fiber si trova a fare i conti con il nodo dei tempi. E per la controllata di Enel e Cdp si tratta di un nodo non banale alla luce dei numeri messi in fila dal sottosegretario al Mise Andrea Cioffi – e anticipati sul *Sole 24 Ore* di sabato 13 luglio – in risposta a un'interrogazione in Commissione Telecomunicazioni alla Camera.

Open Fiber ha vinto i bandi gestiti da Infratel – società in house del ministero dello Sviluppo economico – per la costruzione della rete in banda ultralarga nelle aree CeD, cosiddette “a fallimento di mercato” o aree bianche.

L'articolo 6 comma 1 del contratto di concessione – firmato a giugno 2017 per le regioni del primo bando e a novembre 2017 per il secondo bando – recita che «La costruzione della rete dovrà essere completata entro 36 (trentasei) mesi dalla data di stipula della Convenzione come da offerta del Concessionario».

Quindi 2020 come deadline, in un quadro però in cui i numeri messi in fila da Cioffi giovedì 11 luglio – e forniti al sottosegretario dalla stessa Infratel – mettono dinanzi a una situazione di ritardo. Cioffi ha segnalato che dei 170 comuni con lavori terminati, in solo 22 c'è un Pcn (punto di consegna neutro) che li rende collaudabili (la fase finale, *conditio sine qua non* per la commercializzazione vera e propria). Ma per 9 comuni la documentazione «è risultata incompleta». E per gli altri 13: Infratel ha fatto i collaudi in 5 comuni (8 in questa settimana) con 3 collaudi falliti e 2 con «prescrizioni sanabili da Open Fiber a breve». Quindi dai collaudi gli esiti positivi all'11 luglio risultavano essere a quota zero.

«Avendo già completato l'intera progettazione definitiva con riferimento ai primi due Bandi Infratel e avendo aperto circa 1.600 cantieri nell'anno dell'avvio, Open Fiber – replica al *Sole 24 Ore* – conta di terminare l'esecuzione degli interventi nel corso del 2021 (quindi dopo il 2020 previsto dai contratti di concessione, *ndr.*). I 12 ricorsi contro le gare, tutti respinti, e la lentezza nel rilascio dei permessi ha prodotto un ritardo che è stato già in parte colmato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Il governo stringe le maglie della cybersicurezza

di **Andrea Pira**

**I**l governo si muove per rafforzare i controlli degli approvvigionamenti di beni e servizi per l'Ict destinati a reti e sistemi prioritari per la sicurezza nazionale. Per farlo affida al Centro di valutazione e certificazione nazionale istituito lo scorso febbraio dal ministero dello Sviluppo economico, e già previsto dal passato governo di Paolo Gentiloni, i compiti di verifica sulle forniture e potrà imporre condizioni a eventuali operazioni, imponendo tra l'altro che bandi di gara e contratti debbano essere integrati con clausole che subordinano le forniture alle decisioni del Centro, che saranno comunicate entro 30 giorni dalla notifica. I soggetti che dovranno adeguarsi a tali disposizioni sono quelli inclusi nel «perimetro di sicurezza nazionale cibernetica», che l'esecutivo di avvia a delineare con un disegno di legge pronto a entrare in Consiglio dei ministri. Il provvedimento fissa quindi paletti rispetto agli impegni presi nelle settimane di polemiche sul coinvolgimento dei

colossi cinesi delle telecomunicazioni, Zte e Huawei, nello sviluppo della tecnologia 5G nella Penisola, proprio mentre le due multinazionali erano nel mirino dell'amministrazione statunitense. Il testo arriva sul tavolo del Cdm a stretto giro dal rafforzamento, tramite decreto, della normativa sul golden power, che probabilmente entrerà come emendamento al Senato nell'iter di conversione del decreto sicurezza- bis.

Lo schema, che *MF-Milano Finanza* ha potuto consultare, affida a un decreto della presidenza del Consiglio dei ministri, su proposta del comitato interministeriale per la sicurezza della Repubblica, la designazione, entro sei mesi dall'entrata in vigore della legge, degli enti e degli operatori pubblici e privati inclusi all'interno del perimetro. La proposta istituisce inoltre un sistema di vigilanza e controllo che fissa le competenze dell'Agenzia per l'Italia Digitale sulle amministrazioni pubbliche e del Mise sui soggetti privati, con poteri ispettivi e sanzionatori per i settori dell'energia, delle infrastrutture e dei servizi digitali. Il disegno di legge prevede inoltre un'architettura normativa più snella, semplificazioni nella notifica di eventuali incidenti e un sistema di sanzioni pecuniarie, nonché il rischio di reclusione fino a cinque anni in caso di informazioni e dati falsi. (riproduzione riservata)



## L'innovation Lab del colosso cinese

## Huawei: investiremo in Italia ma il governo cambi il «golden power»

Huawei rinnova la scommessa sull'Italia. Come ha annunciato ieri Thomas Miao, l'amministratore di Huawei Italia, che ha snocciolato i numeri dell'impegno del gigante cinese fra quest'anno e il 2021: 3,1 miliardi di dollari (circa 2,75 miliardi di euro) di investimenti complessivi, 1.000 persone assunte direttamente e altri 2.000 posti di lavoro generati nell'indotto.

«L'Italia ha bisogno della Cina e la Cina ha bisogno dell'Italia — ha detto Miao —, da un punto di vista commerciale sono molto ottimista, sono due Paesi che da un punto di vista economico sono ben accoppiati». Il manager però non si è fatto scappare l'opportunità di puntare il dito contro la riforma del «golden power» per il 5G chiedendo al governo italiano «regole trasparenti, efficienti e giuste».

Il riferimento è al recente decreto di Palazzo Chigi sul «potere speciale» (golden power) attribuito allo Stato in difesa di asset strategici e della sicurezza nazionale, relativo ai servizi di comunicazione elettronica a banda larga basati sulla tecnologia 5G. L'auspicio, ha precisato Miao, è che «non ritardi lo sviluppo» della rete ultra veloce nel Paese, oltre al fatto che queste regole «al momento vengono applicate solo ai fornitori non europei, invece, dovrebbero essere rivolte a tutti, perché la tecnologia è neutrale e non è legata a questioni geopolitiche» ha ammonito il manager,

che contesta in particolare l'allungamento dei tempi per porre il veto su un'operazione («da 25 a 165 giorni»).

Al di là di questo, a fronte di tensioni geopolitiche oltreoceano, con le indiscrezioni che circolano sui licenziamenti di Huawei negli Stati Uniti, il gruppo ha confermato il suo interesse per l'Italia e per l'Europa, in particolare nello sviluppo del 5G. Le tensioni con gli Usa - secondo Miao - non avranno ripercussioni sull'Italia, dove il business e il dialogo con i partner italiani continua ad andare avanti come di consueto. Inoltre, ha ribadito il manager, l'Italia e la Cina sono due paesi che «da adesso in poi saranno sempre più vicini», ricordando che Huawei è presente nel Belpaese da 15 anni e ha realizzato quattro centri di innovazione in collaborazione con i maggiori operatori di telecomunicazioni nazionali, oltre a un innovation center a Cagliari dedicato alle Smart City.

Circa 1,7 milioni di dollari serviranno per la realizzazione del Microelectronics Innovation Lab, realizzato in partnership tra il Centro di Ricerca di Milano e l'Università di Pavia, ateneo che annovera un polo di eccellenza di prestigio internazionale nell'ambito della microelettronica. Il laboratorio sarà operativo a partire da settembre e impiegherà una quindicina di ricercatori, incluso personale Huawei.

**Corinna De Cesare**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Al vertice**  
Thomas Miao, 42 anni,  
ceo di Huawei Italia



**IL BIG CINESE DELLE TELECOMUNICAZIONI****Huawei: l'Italia è strategica, investiremo 3 miliardi \$**

Huawei investirà in Italia nei prossimi tre anni 3,1 miliardi di dollari (2,75 miliardi di euro) e creerà mille posti di lavoro diretti più 2mila di indotto. Lo annuncia il Ceo di Huawei Italia, Thomas Miao. Secondo Miao, il legame tra Italia e Cina verrà rafforzato: «Sono due Paesi che da un punto di vista economico sono ben combinati». **Andrea Biondi** — a pag. 11

**Tlc**

**Huawei investe tre miliardi di \$, previsti mille nuovi posti**

**Il colosso cinese Huawei ha annunciato investimenti per tre miliardi di dollari sul mercato italiano. Previsti mille nuovi posti di lavoro.**

— a pagina 11

# Piano Huawei da tre miliardi \$ Previsti mille nuovi assunti

**TLC**

**Miao (Ceo Italia): regole giuste sul golden power per le infrastrutture 5G**

**In accordo con l'università di Pavia a settembre aprirà un hub di ricerca**

**Andrea Biondi**

«È il 15esimo anno di Huawei in Italia. Ci siamo trasformati, passando dall'essere una minuscola compagnia con 10 persone a uno dei maggiori player dell'Ict, con 800 persone e due "Global research and development centers" operativa a Milano». Thomas Miao, ceo di Huawei in Italia snocciola numeri e progetti per chiarire che dopo 15 anni di presenza il colosso di Shenzhen — che lo scorso anno ha sfondato il tetto dei 100 miliardi di dollari di fatturato globale — intende scommettere ancora di più sull'Italia: «È un Paese strategico per noi».

Parole che arrivano nel bel mezzo di una situazione — italiana ma non solo — in cui alle enormi opportunità

legate allo sviluppo delle reti in 5G che sta arrivando al dunque (e Huawei è leader mondiale nelle reti oltre che secondo produttore di smartphone al mondo) fanno da contraltare le grane di stampo geopolitico, frutto della trade war fra Usa e Cina. La compagnia, nel mezzo, è stata inserita a maggio nella "entity list": una lista nera di società con le quali le realtà statunitensi non possono fare affari. Secondo l'agenzia Reuters, entro tre-quattro settimane Washington potrebbe tornare a rilasciare le licenze per far riprendere il business con Huawei. L'industria Usa dei chip, del resto, a fatica può fare a meno di un committente così.

Dagli Stati Uniti rimbalzano però voci di licenziamenti in tre centri di ricerca in California, Texas e Washington con 850 dipendenti complessivi, in parte americani e in parte cinesi. «Negli Usa la porta è chiusa» ha replicato Miao rispondendo ai giornalisti in occasione di un incontro con la stampa in occasione della sponsorizzazione della mostra "Leonardo mai visto", al Castello Sforzesco, a Milano. La situazione è diversa in Europa. E Huawei non si aspetta problemi in un Paese come l'Italia il cui Governo ha «politiche trasparenti e aperte».

È anche in virtù di questo che l'ad Miao punta con i numeri a quantificare il peso del colosso cinese in Italia e anche a dare conto della sua ambizione: nel triennio 3,1 miliardi di dollari (circa 2,75 miliardi di euro) di impegno complessivo di cui 1,9 miliardi per l'acquisto di forniture locali; 1,2 miliardi per marketing e operations; 52 milioni per ricerca e sviluppo. Una dote accompagnato da nuove assunzioni (fino a mille) e creazione di posti di lavoro indiretti (2mila).

Il tutto in un Paese in cui il Centro di Segrate è il riferimento per Huawei su microonde e altissime frequenze e in cui da poco è arrivato un Centro per il design. A questi si aggiungono i laboratori sull'innovazione, come quello sulle smart city a Pula, vicino a Cagliari, e gli accordi con 14 atenei italiani. Infine a settembre sarà operativo



il centro sulla microelettronica a Pavia, frutto dell'intesa annunciata propriieri con l'Università, che impiegherà una quindicina di ricercatori, incluso personale di Huawei.

La prospettiva, insomma, è quella della crescita per il gigante di Shenzhen in un Paese «che ha bisogno della Cina e la Cina dell'Italia». Da un punto di vista economico «i due Paesi sono ben combinati». Tuttavia c'è un tema che per Miao è centrale e riguarda la necessità di avere regole «trasparenti, efficienti e giuste» sull'applicazione del Golden power per il 5G in Italia: «Adesso si applica solo ai fornitori non europei. Dovrebbe essere applicato a tutti perché la tec-

nologia è neutrale». Altro elemento che l'ad Huawei contesta è l'allungamento dei tempi per porre il veto su un'operazione («da 25 a 165 giorni»). Detto questo Miao dice di non credere che l'Italia voglia «prenderci il rischio» di estromettere Huawei dalle forniture, con la possibilità di «ritardare di uno o due anni lo sviluppo del 5G». A conferma l'ad cita i risultati di uno studio sul possibile divieto per Huawei di operare sulle reti 5G in Uk: ritardo nel rollout di 18 -24 mesi. Huawei è quindi «disposta a confrontarsi». Al momento «non siamo stati invitati a nessun incontro, ma io e la mia squadra siamo pronti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

RODRIGO GARRIDO / REUTERS



**Mascotte.** La mascotte di Huawei: il colosso cinese è presente in Italia da 15 anni



**L'investimento sull'Italia.** Huawei Technologies punta tre miliardi per crescere nel Paese

**ISCRIZIONI APERTE**

# Media for Europe, un tetto del 25% arginerà Vivendi

**C'è tempo fino al 26 agosto  
per chiedere il voto  
maggiorato in Olanda**

**Antonella Olivieri**

A partire da ieri, c'è tempo fino al 26 agosto per la richiesta di iscrizione al registro speciale per il voto multiplo nella holding olandese di Mediaset, Media for Europe. A fusione avvenuta, i legittimati otterrebbero azioni speciali di tipo A, munite di due diritti di voto ciascuna che si aggiungerebbero alle azioni ordinarie detenute, moltiplicando di fatto per tre i diritti di voto, senza tempi d'attesa. Se Fininvest fosse l'unica a riceverle i suoi diritti di voto - nell'ipotesi che la quota sul capitale della nuova holding si attestasse al 35,43% - salirebbero al 62%. Una stima che tiene conto, senza maggiorazioni, della partecipazione di Vivendi, che, anche tramite Simon fiduciaria, è oggi pari al 28,8% del capitale di Mediaset.

Vivendi, che deve ancora decidere il da farsi, ha nel frattempo già impugnato le delibere dell'assemblea e del consiglio Mediaset di metà aprile che hanno portato all'approvazione del voto doppio secondo la normativa italiana, con l'esclusione dei francesi al voto, avendo ritenuto che l'intera partecipazione sia stata accumulata in violazione degli accordi contrattuali sulla compravendita di Premium, questione sulla quale pende un intricato contenzioso. Recentemente

però Vivendi ha anche chiesto l'iscrizione all'albo per il voto doppio, nei limiti concessi: una delibera Agcom - benché anch'essa contestata al Tar/Corte europea - pone un tetto al 10% fintanto che il gruppo che fa capo a Vincent Bolloré manterrà una quota superiore in Telecom. Richiesta che è ancora in attesa di risposta, ma che comunque risulterebbe col trasferimento in Olanda.

Se Vivendi chiedesse il voto maggiorato anche in Media for Europe si troverebbe però a fare i conti con un vincolo in più inserito nello statuto della holding olandese che, all'articolo 43, stabilisce che chi detenga più del 25% dei diritti di voto sia tenuto a promuovere un'Opa totalitaria, salvo vendita delle azioni eccedenti entro 30 giorni. Senza maggiorazione la quota dei francesi non supererebbe il limite e le previsioni dell'articolo 43 non scatterebbero.

L'obiettivo di Vivendi sembra comunque essere quello di recuperare i pieni diritti di voto sull'intera quota per avere il potere di veto nelle assemblee straordinarie, dove è richiesta la maggioranza dei due terzi. Se il potere di veto fosse recuperato in tempo utile per l'assemblea del 4 settembre - chiamata ad approvare la fusione delle due Mediaset con la holding olandese - e effettivamente esercitato, l'operazione salterebbe e con essa anche le proposte finanziarie connesse - buy-back fino a 3,4 euro per azione e dividendo straordinario per 100 milioni - che sono a vantaggio di tutti gli azionisti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**DIRITTI DI VOTO****Sul caso Mediaset  
l'Unione Europea  
assegna un punto  
alla francese Vivendi***(Gerosa a pagina 11)*

I DUBBI DELLA COMMISSIONE SULLA NORMA ITALIANA CHE HA CONGELATO I DIRITTI DI VOTO

**Ue appoggia Vivendi su Mediaset***Potrebbe non essere conforme al diritto europeo. Intanto il portale Dailymotion dovrà risarcire il gruppo di Cologno (5,5 milioni) per video coperti da diritto d'autore*

DI FRANCESCA GEROSA

**L** parere legale della Commissione Europea appoggia Vivendi nel contenzioso con Mediaset. La legge italiana in base alla quale il gruppo francese è stato costretto a congelare la maggior parte dei propri diritti di voto nel gruppo di Cologno Monzese potrebbe non essere conforme al diritto europeo, secondo il parere della Commissione Ue visionato dall'agenzia Reuters. Il parere, sebbene non vincolante, potrebbe rafforzare la posizione di Vivendi nella lunga disputa legale con Mediaset dopo la mancata vendita della pay tv Premium e il successivo raid del gruppo guidato da Vincent Bolloré che ha costruito una partecipazione del 28,8% nel Biscione. Tuttavia per l'Agcom la doppia partecipazione di Vivendi in Mediaset e in Tim violava la legge italiana finalizzata a impedire concentrazioni nel settore. Da qui la richiesta al gruppo francese di ridurre la propria quota in uno dei gruppi sotto al 10% e la scelta di Vivendi di trasferire la maggior parte dei diritti di voto in Mediaset in un trust. Ma per la Commissione Ue la legge italiana è in contrasto con la libertà di stabilimento e di circolazione dei capitali sancita dal Trattato europeo. Ora la Commissione Ue ha dato il proprio parere alla Corte di Giustizia Ue, a cui è

stato chiesto di pronunciarsi sulla questione da un tribunale amministrativo italiano, a cui Vivendi aveva fatto ricorso dopo la decisione dell'Agcom. In una mail all'agenzia Reuters, una portavoce di Bruxelles ha precisato che il ruolo della Commissione Ue non è di prendere posizione, ma di fornire un parere legale indipendente alla Corte su come interpretare il diritto Ue. La Corte di giustizia Ue dovrebbe emettere la sentenza nei primi mesi dell'anno prossimo. Se la decisione dell'Agcom venisse ribaltata, Vivendi potrebbe recuperare i diritti di voto in Mediaset, complicando i piani di Fininvest, la holding della famiglia Berlusconi, di mantenere il controllo del gruppo media. Nel frattempo, il portale francese Dailymotion è stato condannato a risarcire Mediaset con oltre 5,5 milioni di euro per 995 video coperti da diritto d'autore caricati sul proprio sito senza alcuna autorizzazione a partire dall'anno 2006. È quanto ha ordinato il Tribunale di Roma, condannando il portale anche al pagamento di quasi 100 mila euro di spese processuali. Nel provvedimento il giudice, rimarcando che «Dailymotion è perfettamente conscia del fatto che la maggior parte del materiale divulgato sulla sua piattaforma è coperto da privativa autoriale», ha anche imposto una penale rile-

vante (5 mila euro) per ogni giorno di ritardo nella cancellazione dei video, ricordando a Dailymotion che la sanzione avrà valore in automatico anche nel caso di eventuali futuri caricamenti sulla piattaforma del materiale Mediaset non autorizzato.

Questa sentenza, arrivata dopo un processo durato oltre sei anni, è rilevante per tutte le aziende editoriali e audiovisive italiane secondo Mediaset, in quanto riequilibra i rapporti tra chi produce contenuti e le piattaforme online, operatori convinti di essere al di sopra della legge. Lo dimostra il fatto che Mediaset sia stata costretta a ricorrere al tribunale dopo una serie di inutili diffide (iniziate nel 2010) che informavano Dailymotion delle violazioni in atto, diffide che venivano costantemente ignorate. Di più: anche dopo la notifica nel 2012 della prima causa, quella giunta ora a sentenza, il portale francese non ha cessato le proprie condotte illecite. Tanto che Mediaset ha dovuto avviare successivamente altre sei azioni legali analoghe. Un totale, a oggi, di sette diverse cause i cui esiti si attendono a breve e che, considerando i criteri economici riconosciuti nella prima sentenza, potrebbero dare luogo a un risarcimento complessivo superiore a 200 milioni di euro. (riproduzione riservata)



