

## Rassegna del 18/10/2019

\*\*\*

Corriere della Sera	8	Emendamenti: la manovra è sotto assedio - Parte l'assalto degli emendamenti	Meli Maria_Teresa - Trocino Alessandro	1
Sole 24 Ore	23	Dossier - Decreto fiscale - Fisco virtuale. La web tax al 3% colpisce i grandi intermediari - Tasse virtuali - La web tax al 3% colpisce i grandi intermediari	Galimberti Alessandro	3
Sole 24 Ore	21	Dossier - Decreto fiscale - Pos, sanzione di 30 euro Resta in bilico quella del 4%	Mastromatteo Alessandro - Santacroce Benedetto	6
Italia Oggi	41	Senza pos sanzionati su denuncia - Pos, la multa con la denuncia	Poggiani Fabrizio_G.	7
Il Fatto Quotidiano	3	Ecco chi ci ruba 170 miliardi di euro all'anno - Dai grandi ai (tanti) piccoli: la mappa dell'evasione fiscale	Cerasa Luciano	9
Italia Oggi	18	Online, il negozio resta centrale	...	12
Mf	41	Rapporto Salute - Quando l'e-commerce fa bene	Cipolletta Fiorella	13
Italia Oggi	44	Aumentano i requisiti per Libra di Facebook	Provino Giulia	15
Trentino	20	Il Trentino punta a Cina, Giappone e Corea del Sud - Il turismo guarda ad Oriente	...	16
Italia Oggi	21	Agcom, aumentano gli ascolti della Rai Quotidiani in calo. Tim leader sul mobile	...	18
Sole 24 Ore	26	Lo sviluppo passa dalla ripresa degli investimenti	Carraro Carlo	19
Sole 24 Ore	14	Dopo Apple in arrivo a Napoli altri big dell'hi-tech	Viola Vera	20
Sole 24 Ore	17	Panorama - Acea alleata con Google per lo sviluppo digitale	Ce.Do.	22
Sole 24 Ore	20	In breve - Fra Zte e Go Internet intesa sul 5G	...	23
Sole 24 Ore	19	Denaro&lettera - Ericsson: +6,18% Lo sprint del 5G spinge le vendite, ma conti in rosso per indagine Usa	A.Bio.	24
Mf	23	Tim e Open Fiber accelerano verso l'accordo - Fra Tim e OF si riaccende l'intesa	Follis Manuel - Montanari Andrea	25
Sole 24 Ore	19	Universal trascina la crescita dei conti Vivendi	Olivieri Antonella	27

# Emendamenti: la manovra è sotto assedio

Renziani e M5S vogliono cambiarla in Aula  
Scontro su contanti, quota 100 e sugar tax

di **Maria Teresa Meli**  
e **Alessandro Trocino**

Il sì «salvo intese» alla manovra non vuol dire che sia terminato il capitolo dei conti dello Stato e che si possa voltare pagina. Anzi. I 5 Stelle e Italia viva di Renzi si preparano a una battaglia di emendamenti in Parlamento per cambiare la legge di Bilancio. Tra i 5 Stelle e Conte è scontro su

più fronti. Ma anche tra i renziani il premier non gode di un alto gradimento. «È accecato dal fanatismo contro di noi», dicono. Ma l'ordine di scuderia in questa fase è quello di non attaccarlo. Anche se sembra si stia consolidando un asse Renzi-Di Maio. E la manovra potrebbe essere il terreno sul quale far valere le proprie posizioni. A cominciare da contanti e sugar tax.

da pagina 6 a pagina 13

## Parte l'assalto degli emendamenti

Le mosse dei 5 Stelle sul tetto ai contanti,  
l'idea di colpire le commissioni delle carte  
I renziani contro quota 100 e la «sugar tax»

### Le accuse

Dentro Italia viva si lamentano del premier: è accecato dal fanatismo contro di noi

di **Maria Teresa Meli**  
e **Alessandro Trocino**

**ROMA** Attacco concentrato sulla manovra. Il Movimento 5 Stelle e Italia viva si preparano a una battaglia di emendamenti in Parlamento per cambiare la legge di Bilancio.

Tra i 5 Stelle e il premier è gelo sul contante e sulla stretta alle partite Iva. Basta sentire quel che si dice ai piani alti: «Invece di insistere con queste norme, facciamo pagare davvero l'Imu al Vaticano». Proposta che, se non fosse una boutade, incontrerebbe non poche difficoltà. Quel che

è certo è che i 5 Stelle daranno battaglia sulle norme che incentivano l'uso delle carte digitali, chiedendo l'azzeramento delle commissioni bancarie, sotto una certa cifra, o un netto abbassamento.

Ieri si evocava la più classica delle «manine» per l'abbassamento della soglia del contante da 3.000 a 1.000 euro. Come nel 2018, quando l'allora vicepremier Luigi Di Maio aveva imputato a una non ben identificata «manina» la responsabilità di avere modificato il dl fiscale, inserendo lo scudo per il denaro riciclato. Un anno dopo, rispunta la «manina». Questa volta di dimensioni superiori, visto che a rivendicare la stretta è il premier in persona Giuseppe Conte. Da giorni Di Maio frena e Palazzo Chigi accelera. Il premier può, perché non ha un partito e un bacino elettorale da difendere. Di

Maio, invece, non vuole abbandonare la sua *constituency*, i piccoli imprenditori. Così spinge sulle manette per i grandi evasori, ma spiega che «idraulici, artigiani e tassisti non possono diventare un simbolo della lotta all'evasione». Per evitare di personalizzare il confronto, i vertici cercano di coinvolgere i gruppi, per la verità piuttosto riottosi. Luca Carabetta, per esempio, vuole fare sul serio: «Finalmente un governo che vuole dare priorità alla lotta all'evasione fiscale. Io sono dalla



parte degli imprenditori e dei professionisti che subiscono ogni giorno un'ingiusta concorrenza sleale».

Anche tra i renziani Conte non gode di un alto gradimento. «È accecato dal fanatismo contro di noi», dicono a Italia viva, dove ieri, vedendo che l'altra sera il premier in una lunga intervista al Tg1 ha fatto solo il 7% di share, per poco non brindavano. Ma l'ordine di scuderia è quello di non attaccare Conte in questa fase. Il che non vuol dire che Iv non presenterà degli emendamenti. Li sta preparando Luigi Marattin. Il primo riguarda l'abolizione di quota 100 per destinare i risparmi alle politiche familiari, anche con l'introduzione dell'assegno unico per i figli. Questa proposta sarà lanciata alla Leopolda. Renzi sa che i grillini sono contrari a toccare quota 100, ma punta anche a mettere in imbarazzo il Pd: che farà il partito di Zingaretti, difenderà quella misura?

Marattin sta preparando anche degli emendamenti per eliminare le cosiddette microtasse, cioè l'incremento della cedolare secca, la triplicazione dell'imposta di registro, la «sugar tax». La controproposta è quella di aumentare la spending review. Un altro emendamento riguarderà i piani individuali di risparmio. L'obiettivo è tornare alla versione precedente al primo governo Conte per far confluire l'enorme risparmio delle famiglie in strumenti di capitalizzazione per piccole e medie imprese. Infine, un emendamento riguarderà il tetto all'uso dei contanti. Non è una priorità per Iv, che però vuole abbassare in parallelo le commissioni bancarie. «Insomma — spiega Marattin — abbiamo idee precise su come migliorare la manovra e ne parleremo alla Leopolda».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Gli obiettivi dei leader



### M5S

I Cinque Stelle chiedono il carcere per i grandi evasori e misure che sostengano artigiani e commercianti, come una riduzione delle commissioni bancarie sull'uso dei Pos per le carte di credito



### Pd

I dem sono riusciti a strappare la riduzione del cuneo fiscale direttamente ai lavoratori (M5S voleva legarlo alle imprese). Il partito di Zingaretti ha spinto anche per le spese per l'istruzione gratuite a vantaggio dei redditi più bassi



### Italia viva

I renziani premono per lo stop a quota 100 (cercando di destinare parte delle risorse risparmiate alle politiche familiari) e per incrementare la spending review. Possibili tentativi per eliminare la sugar tax



### Leu

Roberto Speranza ha spinto per l'abolizione del superticket sulla sanità: la misura arriverà entro il 2020. Leu si è spesa anche per l'abbassamento del tetto al contante, che scenderà da 3000 a 1000 euro entro il 2022

# 30,2

**miliardi** il valore totale della manovra 2020. Di questi, 23,1 sono i miliardi per coprire lo stop all'aumento

Iva. La misura più onerosa è il taglio del cuneo fiscale, che vale 3 miliardi. Altri due miliardi sono per industria 4.0 e i bonus edilizia ed energia

# 2,2

**la percentuale** prevista per il rapporto deficit/Pil nella manovra 2020. Il debito inizia a ridursi, portandosi al

135,2% (dal 135,7% del Pil del 2019). La crescita prevista è allo 0,6%. Dalla lotta all'evasione sono attese entrate per 3,3 miliardi di euro

## Dossier

### Fisco virtuale

#### La web tax al 3% colpisce i grandi intermediari

Dopo due tentativi falliti il Governo spinge per la tassa su internet. Coinvolte le società con soglie di ricavi complessivi oltre 750 milioni di cui 5,5 per servizi digitali locali.

**Alessandro Galimberti** — a pag. 23

## Decreto fiscale

### Tasse virtuali

# La web tax al 3% colpisce i grandi intermediari

**Il funzionamento.** Esclusi siti aziendali, soggetti finanziari e attività già soggette ad accise. L'imposta si applicherà sulle operazioni digitali localizzate in Italia

**Il quadro.** Dopo due tentativi falliti il Governo spinge per la tassa su internet. Coinvolte le società con soglie di ricavi complessivi oltre 750 milioni di cui 5,5 per servizi digitali locali

**Alessandro Galimberti**

Dopo due false partenze la digital tax italiana prenderà finalmente la pista di decollo dal 1° gennaio del prossimo anno. A prevederlo è lo schema di decreto fiscale che, un po' per l'urgenza di trovare risorse aggiuntive ma soprattutto forte dei due precedenti passaggi a vuoto, dribbla l'incaglio tecnico degli stop del 2018 e 2019.

La tassa sui servizi digitali debutterà, infatti, prescindendo da qualsiasi decreto attuativo ma semplicemente mandando in vigore i principi già codificati, in parte, e i nuovi criteri di individuazione del perimetro e dei soggetti di imposta, oltre alle attività imponibili.

La perdita della prima annualità di gettito (i 150 milioni originariamente previsti per il quarto trimestre di quest'anno) nelle nuove proiezioni verrà recuperato dall'andata a regime dell'imposta che, in forza del trend di crescita prevista del mercato di intermediazione digitale (ottenuta semplicemente

proiettando la serie storica recente della vendita di pubblicità online) garantirebbe 708 milioni su base annua invece dei 600 del biennio 2020-21 ipotizzato dalla legge di bilancio per il 2019.

Preso atto che la tassa sui servizi digitali italiana somiglia molto a quella in vigore in Francia dallo scorso giugno - con cui condivide sostanzialmente perimetro e aliquota - e alla luce dello scontro diplomatico internazionale scaturito sul punto (le ritorsioni degli Usa attraverso i dazi sull'import francese) alla Dst tricolore è stata aggiunta la clausola di restituzione/compensazione dell'eventuale eccedenza maturata sul differenziale con la futura digital tax globale (ormai in vista di definizione all'Ocse, deadline 2020) e quanto già versato nel frattempo all'erario.

Dal punto di vista tecnico, per le soglie di ricavi (fissati a 750 milioni anno globale e 5,5 milioni digitali localizzati in Italia) si farà riferimento a quelli conseguiti nell'anno precedente a partire dal 2020.

L'imposta, pari all'aliquota del 3% sui ricavi emarginati, dovrà essere liquidata su base annuale (invece dei trimestri della precedente ipotesi normativa) il 16 febbraio dell'anno successivo a quello dell'esercizio chiuso, durante il quale peraltro la società contribuente dovrà tenere una contabilità dedicata dei servizi digitali imponibili e presentare poi la dichiarazione relativa il 31 marzo di ogni anno.

L'attività amministrativa e di liquidazione dell'imposta, se la società non è residente nemmeno in ambito Ue e anzi in Paesi non collaborativi, dovrà essere svolta da un "rappresentante fiscale"



nominato ad hoc,

Il decreto, tuttavia, lima molto la portata definitoria di "servizi digitali", per evitare di colpire le Pmi che sfruttano il web per sviluppare il proprio business, ma di fatto resta fuori dalla web tax anche il mondo dell'intermediazione finanziaria tradizionale, oltre a quello già interessato dalle accise. Pertanto non si considerano servizi digitali la fornitura diretta di beni e servizi, nell'ambito di un servizio di intermediazione digitale, e nemmeno la messa a disposizione di un'interfaccia digitale il cui scopo esclusivo o principale è fornire agli utenti dell'interfaccia contenuti digitali, servizi di comunicazione o servizi di pagamento.

Fuori dal perimetro della Dst restano, tra gli altri, anche i sistemi dei regolamenti interbancari o di regolamento o di consegna di strumenti finanziari; le piattaforme di negoziazione o i sistemi di negoziazione; le attività di consultazione di

investimenti partecipativi e, se facilitano la concessione di prestiti, i servizi di intermediazione nel finanziamento partecipativo.

Per la determinazione dei corrispettivi digitali che diventeranno invece imponibili, si farà riferimento all'insieme dei corrispettivi versati dagli utilizzatori dell'interfaccia digitale multilaterale (cioè social, motori di ricerca e simili) al netto di quelli versati come corrispettivo della cessione di beni o della prestazione di servizi, individuando di fatto come imponibile l'attività di facilitatore/intermediatore

Quanto alla localizzazione dell'operazione imponibile - tema molto delicato nella società liquida dei dati - il dispositivo (smartphone, pc, tablet eccetera) si considera localizzato nel territorio dello Stato sulla base dell'indirizzo di protocollo internet (Ip) del dispositivo stesso o di altro sistema di geolocalizzazione, nel rispetto delle regole relative al trat-

tamento dei dati personali.

Questo schema applicato alla pubblicità online permette di calcolare l'imponibile come prodotto della totalità dei ricavi derivanti dai servizi digitali ovunque realizzati per la percentuale rappresentativa della parte di tali servizi collegata al territorio dello Stato.

Per la vendita di pubblicità si farà riferimento all'intermediazione resa mentre l'utente era localizzato/localizzabile in Italia, mentre per i servizi multisided (social, aste online eccetera) basterà che una delle parti sia localizzata in Italia al momento della conclusione dell'operazione.

Ancora, per quanto riguarda la profilazione tout court degli utenti, sarà imponibile fiscalmente la parte dei dati venduti che sono stati generati o raccolti durante la consultazione, quando erano localizzati nel territorio dello Stato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**MANOVRA 2020**

Il decreto fiscale collegato alla manovra regola l'applicazione dell'imposta sui servizi digitali del 3% sui ricavi da servizi che sono realizzati da esercenti attività d'impresa

**IN SINTESI**

**1 IL PERIODO DA CONSIDERARE**  
La norma dedicata alla web tax contenuta nel decreto fiscale collegato alla manovra prevede che ai fini del computo delle soglie di ricavi il cui superamento consente l'individuazione dei soggetti passivi

dell'imposta, vanno considerati i ricavi conseguiti nell'anno precedente a quello di riferimento. L'imposta si applica sui ricavi realizzati nell'anno solare, a decorrere dal 2020

**2 IL CALCOLO**  
Per quanto riguarda l'individuazione della base su cui esercitare l'imposta sui servizi digitali, il decreto fiscale precisa che quando un servizio imponibile è fornito nel territorio dello Stato, il totale dei ricavi tassabili è il

prodotto della totalità dei ricavi derivanti dai servizi digitali ovunque realizzati per la percentuale rappresentativa della parte di tali servizi collegata al territorio dello Stato

**3 I CRITERI DI IDENTIFICAZIONE**  
Sempre secondo la parte del decreto fiscale dedicata all'imposta sui servizi digitali, approvata lunedì scorso, il criterio in base al quale il dispositivo dell'utente si considera utilizzato nel territorio

dello Stato è individuato principalmente nell'indirizzo di protocollo internet (IP) del dispositivo stesso o, in caso non sia disponibile, in altro sistema di geolocalizzazione

**4 LE ESCLUSIONI**

Non sono considerati fra i corrispettivi quelli versati per cessione di beni o servizi che costituiscono, sul piano economico, operazioni indipendenti dall'accesso e dall'utilizzazione del servizio

imponibile; non devono essere considerati neanche i corrispettivi della messa a disposizione di un'interfaccia digitale che facilita la vendita di prodotti soggetti ad accisa

**5 SOGGETTI NON RESIDENTI**

È prevista la nomina di un rappresentante fiscale per l'assolvimento degli obblighi dichiarativi e di pagamento dell'imposta per i soggetti non residenti privi di stabile organizzazione nel territorio dello Stato,

stabiliti in uno Stato non Ue o See con il quale l'Italia non ha accordi di assistenza reciproca per il recupero dei crediti fiscali

# Dossier

# Decreto

# fiscale

TRACCIABILITÀ

Pos, sanzione  
di 30 euro  
Resta in bilico  
quella del 4%

**Salta l'obbligo del conto dedicato per professionisti e imprese individuali**

**Alessandro Mastromatteo  
Benedetto Santacroce**

Previsione di una nuova sanzione che trasforma per commercianti e professionisti l'onere di accettare pagamenti con bancomat e carte di credito in un vero e proprio obbligo. Con l'articolo 21 della bozza di decreto fiscale collegato alla manovra 2020, viene, infatti, introdotto per legge una specifica sanzione amministrativa di 30 euro. Resta, invece, in bilico la sanzione aggiuntiva del 4% della transazione per la quale non è stato accettato il pagamento con carte: una penalità su cui il Governo sta ancora decidendo per l'eliminazione o per una riduzione. Inoltre dall'ultima versione della bozza di decreto fiscale viene cancellato l'obbligo per le imprese individuali ed i professionisti di aprire un conto dedicato su cui far confluire esclusivamente le somme riscosse nell'esercizio dell'attività e i prelievi per i pagamenti delle spese (si veda anche pagina 6).

**Adempimento e sanzioni**

L'obbligo di accettare pagamenti con carta di credito o bancomat, previsto per

commercianti e professionisti, non era stato sinora accompagnato dalla irrogazione di nessuna sanzione nel caso in cui al consumatore fosse stato rifiutato di effettuare il pagamento con tali strumenti tracciabili. La previsione di una sanzione ad hoc è finalizzata a ridurre l'utilizzo del contante e ad aumentare il ricorso a strumenti tracciabili di pagamento, così da favorire l'emersione dell'economia sommersa e stimolare lo sviluppo tecnologico modernizzando società ed economia. La norma, nel prevedere la misura della sanzione e le modalità di contestazione, supera in questo modo il parere contrario 1446/2018 reso dal Consiglio di Stato in relazione allo schema di decreto ministeriale attuativo dell'articolo 15 del Dlgs 179/12.

La sanzione irrogabile è pari a 30 euro aumentata del 4% del valore della transazione per la quale sia stata rifiutata l'accettazione del pagamento con carte. L'inserimento della percentuale sulla transazione, secondo la relazione illustrativa, in aggiunta alla misura fissa, permette di graduare l'importo della sanzione, nel rispetto del principio di proporzionalità, a seconda della diversa entità delle transazioni rispetto alle quali viene rifiutato il pagamento con strumenti elettronici.

**Procedura di irrogazione**

La sanzione viene irrogata secondo le

regole ed i termini stabiliti dalla legge n. 689 del 1981 sulla depenalizzazione degli illeciti amministrativi, con espressa esclusione tuttavia della norma dettata dall'articolo 16 sul pagamento in misura ridotta pari ad un terzo del massimo della sanzione prevista per la violazione commessa o, se più favorevole e qualora sia stabilito il minimo della sanzione edittale, pari al doppio del relativo importo, oltre alle spese del procedimento, entro il termine di sessanta giorni dalla contestazione immediata o, se questa non vi è stata, dalla notificazione degli estremi della violazione. L'accertamento delle violazioni è a cura degli ufficiali e degli agenti di polizia giudiziaria nonché degli organi adetti al controllo sull'osservanza delle disposizioni per la cui violazione è prevista la sanzione amministrativa del pagamento di una somma di denaro. Il prefetto del territorio nel quale hanno avuto luogo le infrazioni è l'autorità competente a ricevere il rapporto relativo alle violazioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**3,2**

**MILIONI**

Il numero di Pos installati nel nostro Paese in cui però si effettuano solo 1.235 operazioni per terminale: un valore lontanissimo dall'Olanda (in media 16.598)



L'autorità competente a ricevere il rapporto su segnalazione del cliente è il prefetto del territorio

# Senza pos sanzionati su denuncia

Solo in caso di denuncia da parte del cliente potranno essere puniti il professionista o il negozio che non consentono il pagamento con bancomat o carta di credito (sanzione pari a 30 euro più il 4% della transazione non eseguita). L'autorità competente a ricevere il rapporto del funzionario o dell'agente che su input del cliente ha accertato la violazione è il prefetto del territorio nel quale la violazione si è concretizzata. Lo si evince dall'analisi della bozza di decreto legge fiscale.

Poggiani a pag. 41

MANOVRA 2020/ Confermata la sanzione per il mancato pagamento elettronico

## Pos, la multa con la denuncia Sarà il cliente a dover segnalare il mancato utilizzo

DI FABRIZIO G. POGGIANI

**S**olo in caso di denuncia da parte del cliente potrà essere sanzionato (30 euro più il 4% della transazione non eseguita) il professionista o il negozio che non consentono il pagamento con bancomat o carta di credito. Quindi, se il cliente rinuncia «spontaneamente» al pagamento elettronico la sanzione non potrà essere mai applicata. L'autorità competente a ricevere il rapporto del funzionario o dell'agente che su input del cliente ha accertato la violazione (anche ufficiali e agenti di polizia giudiziaria) è il Prefetto del territorio nel quale la violazione si è concretizzata, rendendosi applicabile la disciplina sulle sanzioni amministrative, di cui alla legge 689/1981, con esclusione dell'applicazione dell'art. 16. Quest'ultimo articolo dispone, in linea di principio, il pagamento di una somma in misura ridotta pari alla terza parte del massimo della sanzione prevista per la violazione commessa, o, se più favorevole e qualora sia stabilito il minimo della sanzione edittale, pari al doppio del relativo importo, oltre alle spese del procedimento, se lo stesso avviene entro il termine di 60 giorni dalla contestazione immediata o, se questa non vi è stata, dalla notificazione degli estremi della violazione. Que-

sto lo scenario che si delinea in base alla nuova disciplina prevista dalla bozza di decreto fiscale.

Si ricorda, innanzitutto, che l'art. 15 del dl 179/2012, convertito con modificazioni dalla legge 221/2012, ha introdotto l'obbligo per commercianti e professionisti di accettare pagamenti elettronici mediante l'utilizzo di carte di debito o credito.

L'obbligo, allo stato attuale, non risulta assistito da nessuna disciplina sanzionatoria ancorché il provvedimento attuativo avesse rinviato, per quanto concerne la detta disciplina, alle sanzioni prescritte dall'art. 693 c.p. (sanzione amministrativa fino a 30 euro per ogni transazione mancata).

Il Consiglio di Stato, però, con un proprio parere (n. 1446/2018), ha affermato che la previsione del provvedimento di attuazione, che rinviava appunto all'art. 693 c.p., non superava la riserva di legge, giacché la disposizione di riferimento non rispettava il principio in base al quale nessuna sanzione può essere imposta se non in base alla legge, trattandosi di disposizione che tutela un differente interesse.

Posto quanto evidenziato, il dl fiscale collegato alla manovra finanziaria per il prossimo anno prevede, nell'attuale art. 21, l'applicazione delle sanzioni, di natura amministrativa,

per mancata accettazione di pagamenti effettuati con carte di debito o credito, introducendo il comma 4-bis, al citato art. 15, dl 179/2012, nella misura di 30 euro, incrementata del 4% del valore della transazione, nel caso in cui «sia rifiutata l'accettazione del pagamento con mezzi elettronici».

La percentuale inserita, in aggiunta alla sanzione fissa, sembra finalizzata a graduare l'importo della sanzione nel rispetto del principio di proporzionalità, in relazione alla diversa entità delle transazioni ma, di fatto, è un ulteriore aggravio per la violazione commessa e una maggiore entrata per l'erario.

L'inserimento della disciplina, quindi, ha, quale primo obiettivo, quello di superare le censure mosse dal Consiglio di Stato e, in secondo luogo, di obbligare il professionista e il commerciante a dotarsi di strumenti per eseguire il pagamento del proprio avere con moneta elettronica.

Paradossalmente, però, dal



semplice tenore letterale della disposizione inserita del collegato alla manovra, il professionista o il commerciante potrebbe non dotarsi di alcuno strumento per gestire questa tipologia di incassi (Pos - Point Of Sale), ma lo stesso non potrà essere sanzionato se non al momento del rifiuto (letteralmente «mancata accettazione») di un pagamento con carta di debito e/o credito; quindi, volendo estremizzare, il professionista e/o il commerciante potrebbe semplicemente accompagnare il proprio cliente consenziente allo sportello bancomat, magari collocato in prossimità dell'ufficio o dell'esercizio, far prelevare l'ammontare che necessita, nel rispetto della soglia massima di contanti prevista, e non essere sanzionato in quanto il creditore non ha, di fatto, esercitato alcun rifiuto a tale modalità pagamento ma non l'ha semplicemente eseguita per omessa richiesta da parte del debitore (situazione non sanzionabile).

Con riferimento all'entità appare abbastanza chiaro che la sanzione deve essere applicata per ogni «mancata» transazione e determinata sulla stessa; per esempio, se al pagamento da parte di un privato di una prestazione per 100 euro corrisponde il rifiuto, la sanzione dovrebbe essere pari a euro 34 (30 + 4 euro ovvero a 30 più il 4% di 100); si parla di transazione e, quindi, la sanzione colpisce l'intero corrispettivo comprensivo dell'Iva, se per legge applicata.

—© Riproduzione riservata—■

## I pagamenti con moneta elettronica (Pos)

<i>Obbligo</i>	L'art. 15 del dl 179/2012, convertito nella legge 221/2012, ha previsto l'obbligo dei commercianti e dei professionisti di munirsi di POS (Point Of Sale), per consentire ai propri clienti di saldare il proprio avere tramite pagamenti elettronici
<i>Violazione</i>	La violazione si concretizza esclusivamente in caso di «mancata accettazione» di un pagamento con carta di debito e/o credito da parte del soggetto obbligato (professionista e/o commerciante)
<i>Sanzione</i>	La sanzione è determinata in parte in quota fissa (euro 30) a transazione e una parte proporzionale nella misura del 4% del valore della stessa transazione per la quale sia stata rifiutata l'accettazione del pagamento con mezzi elettronici
<i>Autorità</i>	I funzionari che accertano la violazione inoltrano il proprio verbale al Prefetto del territorio nel quale si sono concretizzate le violazioni, in applicazione di quanto prescritto dalla legge 689/1981
<i>Riduzioni</i>	Preclusa l'applicazione della misura ridotta delle sanzioni

## LE MAPPE DI EVASIONE E CORRUZIONE

# ECCO CHI CI RUBA 170 MILIARDI DI EURO ALL'ANNO

211 DI ECONOMIA "NERA", 60 DI TANGENTI, 110 DI EVASIONE (84 IRPEF DA IMPRESE E AUTONOMI, IRES, IVA, IRAP, 6 IRPEF DA LAVORO DIPENDENTE)

» CERASA, MASCALI E PROIETTI DA PAG. 2 A 5

**Nel mirino** Il nero supera 109 miliardi di euro all'anno. Autonomi e imprese sono quelli con la maggiore propensione a non versare

## Dai grandi ai (tanti) piccoli: la mappa dell'evasione fiscale

### Nei "paradisi"

Ci sono 142 miliardi di euro (l'8,1% del Pil) nascosti dagli italiani nei centri offshore

### DOSSIER

» LUCIANO CERASA

**C**hi sono e quanti sono gli evasori grandi e piccoli in Italia? Mentre si discute ancora se aggirare il fisco sia un peccato veniale o un reato da punire, perlomeno come un furto con destrezza qualsiasi,

le statistiche ufficiali ci forniscono una fotografia abbastanza nitida di un fenomeno di massa che interroga la cultura giuridica del Paese. Come certifica l'annuale rapporto allegato alla Nota di aggiornamento del documento di economia e finanza sui risultati conseguiti dallo Stato in materia di misure di contrasto all'evasione fiscale e contributiva, in media la stima dell'evasione tributaria per il triennio 2014-2016 - calcolata come il divario tra gettito teorico e gettito effettivo - è pari a circa 109,7 miliardi di euro, di cui 98,3 miliardi di mancate entrate tributarie e 11,4 miliardi di non-entrate contributive. Il *tax gap* dell'Irpef da lavoro autonomo e da impresa, Ires,

Iva e Irap ammonta a 84 miliardi di euro. A questa stima occorre aggiungere circa 6,1 miliardi di euro dell'Irpef per il lavoro dipendente irregolare, comprese le addizionali regionali e comunali, circa 5,1 miliardi di euro dell'Imu per gli immobili diversi dall'abitazione principale, circa 944 milioni di euro per la cedolare secca e 741 milioni per il canone Rai.



**SIOSSERVA**, in particolare, una propensione media al gap Irpef per i lavoratori autonomi e le imprese pari al 68,3% che sottrae in media all'erario 33,3 miliardi l'anno, contro il 3,7% del lavoro dipendente (5,3 miliardi). Lo scarto tra gettito realizzato e atteso si attesta al 27,1% per l'Iva (35,8 miliardi), al 23,6% per l'Ires (8,2 miliardi) e al 21,5% per l'Irap (6,5 miliardi). L'Imu sconta un coefficiente di inattendibilità del 26,6%. L'11,2% delle locazioni sfugge alla tassazione (944 milioni), come il 27,4% del canone Rai, nonostante il prelievo forzoso sulle bollette elettriche. Da sottolineare che la quota di imposte per le quali è stato stimato il *tax gap* si ferma all'87,5%.

Secondo l'ultimo Rapporto Istat pubblicato due giorni fa l'economia "non osservata", che sfugge cioè alla contabilità nazionale e quindi anche ai pochi controlli dell'Agenzia delle Entrate ammonta a 211 miliardi di euro nel solo 2017: il 12,1% del Pil. Al sommerso economico (valore aggiunto occultato), che vale poco meno di 192 miliardi di euro, si sommano le attività illegali pari a circa 19 miliardi. Il 41,7% del som-

merso si concentra nel settore del commercio all'ingrosso e al dettaglio, trasporti e magazzinaggio, attività di alloggio e ristorazione, dove si genera il 21,4% del valore aggiunto totale. I lavoratori irregolari nel 2017 erano 3 milioni 700 mila, in crescita di 25 mila unità rispetto al 2016. Nella media del triennio 2014-2016 risultano mancate entrate contributive pari a circa 11,4 miliardi di euro l'anno, di cui 8,6 miliardi circa a carico dei datori di lavoro e 2,7 miliardi a carico dei lavoratori dipendenti. Dalla rilevazione annuale dei risultati dell'azione ispettiva svolta dall'Ispettorato del lavoro emerge una positività dei controlli effettuati in rapporto al numero di aziende elevatissima. Nel 2016 a fronte di 144.163 ispezioni e 166.280 verifiche ispettive sono stati accertati 162.932 lavoratori irregolari, di cui 42.306 completamente in nero.

**DALL'EUROPA** arriva un dato eclatante sulla prima industria italiana: la fuga di capitali in nero. L'ultimo rapporto del Dipartimento per la fiscalità generale e l'unione doganale della Commissione eu-

ropea, diffuso venerdì scorso, mostra che l'Italia è al quarto posto nell'Unione per la quantità di patrimoni esportati nei paradisi fiscali. Nel 2016 sono stati 142 miliardi di euro, pari all'8,1% del Pil. La tendenza a omettere redditi e tesoretti vari nella dichiarazione all'Agenzia delle Entrate si è ridotta negli anni. Nel 2001 erano stati portati fuori dai confini 216,9 miliardi di dollari, nel 2015 "solo" 163,4. Per di più avvertono alla Commissione europea, questi calcoli della ricchezza *offshore* comprendono solo i depositi bancari (25%) e le attività di portafoglio (75%). Sfuggono dalle maglie della statistica assicurazioni sulla vita, contanti, criptovalute, gioielli, metalli preziosi e opere d'arte. Chi ha la possibilità di aprire una residenza in un Paese *offshore* non è un mancato contribuente qualsiasi. La ricchezza detenuta indirettamente da cittadini europei nei paradisi fiscali tramite soprattutto società di comodo ammontava a circa il 44% del totale di questo immenso tesoro, sperduto tra isolette tropicali e forzieri olandesi e lussemburghesi veri o virtuali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

12,1%



La scheda

**Del Pil**  
Secondo l'Istat è il valore della cosiddetta "economia non osservata" che ammonta a 211 miliardi

▪ **LA MANOVRA**  
Per finanziare le diverse misure e dissinere gli aumenti dell'Iva, il governo ha recuperato 15 miliardi di coperture di cui 3,2 arrivano dal decreto Fiscale che prevede

una serie di norme anti-evasione che in alcuni casi si trasformano in adempimenti pesanti per i contribuenti, come quella sulle compensazioni crediti/debiti con l'erario. Poi c'è l'eliminazione della flat tax al 20% e dalle nuove tasse per banche e giochi

## LA PROPENSIONE A EVADERE

Tipologia di imposta	%	2016	Media 2014/16	Valori in miliardi di euro
IRPEF lavoro dipendente (irregolare)	3,6	5,35	5,32	
IRPEF lavoro autonomo e impresa	68,0	33,93	33,33	
Addizionali locali IRPEF (lavoro dipendente)	6,5	0,69	0,73	
IRES	23,4	8,58	8,29	
IVA	26,9	36,05	35,86	
IRAP	21,1	5,63	6,54	
Locazioni	10,1	0,83	0,94	
Canone Rai	9,9	0,24	0,74	
Accise sui prodotti energetici	8,4	1,61	1,44	
IMU	26,3	4,98	5,08	
Tasi	26,9	0,25	0,25	
<b>Totale entrate tributarie e contributive</b>		<b>109,11</b>	<b>109,67</b>	

*Le tendenze dello shopping secondo Salesforce: serve continuità tra digitale e fisico*

# Online, il negozio resta centrale

## La generazione Z meno sedotta da assistenti e chatbot

Il passaggio dal negozio fisico allo store digitale per informarsi, acquistare e richiedere assistenza sui prodotti è ormai più di una tendenza. Un acquisto su dieci viene fatto in modalità digitale, che possono essere marketplace online, oppure piattaforme proprietarie di brand e retailer. Ma poi è nel negozio che si va per fare esperienza. È quanto emerge dal Report Connected Shoppers, condotto da Salesforce, azienda globale di Crm. L'indagine che analizza le tendenze e i comportamenti d'acquisto, rivela come stanno cambiando i comportamenti dei consumatori italiani. «Sono sempre più alla ricerca di esperienze siano esse fisiche o digitali, l'importante è che siano consistenti e che non ci sia discontinuità tra i due mondi», dichiara **Maurizio Capobianco**, senior regional vice president di Salesforce. «I dati della nuova edizione del report mettono in evidenza come brand, retailer e marketplace online debbano incontrare i consumatori utilizzando i loro canali preferiti. Molte aziende italiane hanno intrapreso questo percorso di trasformazione del loro approccio al mercato e ne stanno già toccando con mano i benefici».

**Analizzando le risposte di oltre 10 mila consumatori** in oltre 20 paesi (503 in Italia), appartenenti a quattro categorie generazionali (baby boomer, generazione X, millennial e generazione Z) è emerso che il 90% degli italiani acquista da una combinazione di retailer, marchi e marketplace online. Richiedono però nuove forme di coinvolgimento: la vendita al dettaglio è molto di più di una semplice transazione alla cassa. Le relazioni venditore-acquirente si rafforzano quando i consumatori si sentono capiti e trattati in modo speciale. Di fatto, il 63% dei consumatori afferma di fare acquisti avendo già in

mente un brand specifico e le promozioni esclusive sono uno strumento fondamentale per costruire relazioni di fiducia con i propri clienti.

L'esperienza online si sta spostando verso i canali proprietari: la nascita di nuove piattaforme ha portato i consumatori di tutto il mondo a utilizzare in media otto canali per comunicare con le aziende mentre gli italiani hanno in media tre app per lo shopping sui loro smartphone. A sorpresa, più che sedurre i giovanissimi della generazione Z, gli assistenti vocali, le video chat, i chatbot, la ricerca visiva e i video in streaming godono di maggiore popolarità tra la generazione X e millennial.

**Per quanto riguarda l'Italia, il 34% utilizza** per i propri acquisti un wallet digitale, il 12% si serve dei canali social e il 7% delle app di messaggistica. Il negozio fisico rimane comunque fondamentale come esperienza: le motivazioni sono la possibilità di toccare e sentire la merce, ottenere subito i prodotti desiderati e usufruire di sconti spendibili nel punto vendita e il report evidenzia inoltre che il 56% dei consumatori italiani dice di aver acquistato un prodotto online scegliendo di ritirarlo in negozio.

A livello globale, i cosiddetti babyboomer utilizzano i canali di acquisto tradizionale, mentre la generazione X e Millennial procedono attraverso i wallet digitali, le app di messaggistica e i social media. La generazione Z è la categoria che utilizza meno i touchpoint emergenti. Salesforce ha diffuso anche i trend dello shopping natalizio sempre più digitale: i principali fattori che influenzano gli acquisti degli italiani nelle festività includono la possibilità di usufruire della spedizione gratuita, l'utilizzo di codici promozionali e la disponibilità di un prodotto in negozio.

© Riproduzione riservata



## RAPPORTO SALUTE

In vetta alle vendite online vitamine e integratori. Seguono i farmaci senza obbligo di ricetta

# QUANDO L'E-COMMERCE FA BENE

Farmaci sul web, il business in Italia sfiora gli 800 mln di euro

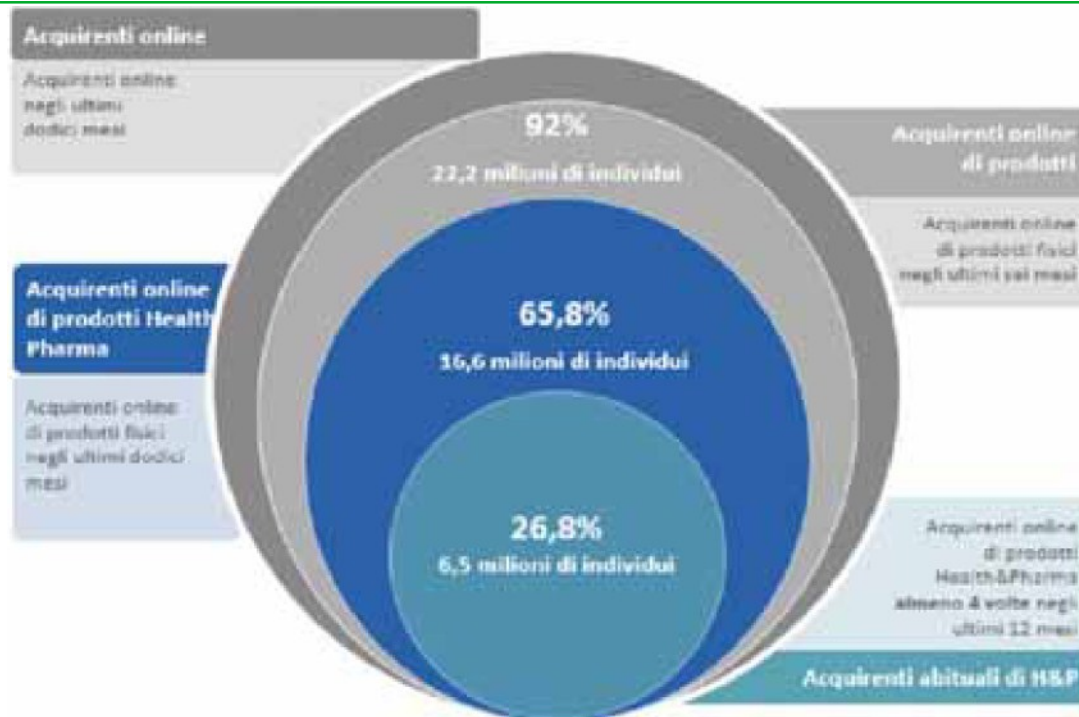
DI FIORELLA CIPOLLETTA

In occasione del Focus Digital Health, l'evento promosso da Netcomm e AboutPharma e svoltosi a Milano alcuni giorni fa, sono stati presentati gli ultimi trend sulla sanità digitale e sui comportamenti di consumo in ambito health & pharma. Dalla ricerca emerge che sono oltre 16 milioni di italiani che acquistano online prodotti farmaceutici e per la salute. Un business presunto di 794 milioni di euro nel 2019 e destinato a crescere. I più venduti sono vitamine, integratori e potenziatori per lo sport (44% degli acquisti); farmaci senza prescrizione (39,7%); prodotti naturali per la salute (37,9%); creme per la pelle e i muscoli (34,1%); accessori medici/ortopedici (28,9%); ottica e oculistica (22,7%) e omeopatici (22%). Le farmacie online generano il 49% degli acquisti, seguite dai negozi online generalisti (40%). Il profilo di età degli acquirenti online è in linea con la media della popolazione italiana, coloro che acquistano abitualmente sono però sensibilmente più giovani della media. Gli stessi valori non valgono nello specifico del settore health & pharma, dove la concentrazione più elevata si verifica nella fascia d'età centrale, tra 35- 54 anni;

gli under 25 non sono ancora acquirenti particolarmente attivi invece. Il settore è quindi rappresentato da un e-shopper con un'età media superiore al totale degli acquirenti online. Per quanto concerne i prodotti farmaceutici e sanitari, il 55% degli e-buyer è composto dall'universo femminile e si concentra nei piccoli centri abitati, probabilmente in conseguenza di un minor accesso ai canali tradizionali o a canali con un'offerta di categoria poco articolata. Gli e-shopper H&P hanno un livello di istruzione e titolo di studio in media maggiore rispetto alla popolazione totale di e-shopper. A livello geografico sono le regioni del Nord e del Centro Italia ad avere il primato di acquisti online per prodotti health & pharma. Prezzo e offerte sono i primi driver di acquisto online, seguiti dal fattore di comodità per la consegna a casa e dall'ampiezza di scelta. Nell'acquistare online un prodotto health & pharma i consumatori italiani prestano attenzione in primis agli elementi legati alla sfera della fiducia. Sicurezza e affidabilità sono infatti le caratteristiche prioritarie per una eccellente esperienza di acquisto online, prima di convenienza e veloci-

tà, di solito al primo posto per i consumatori online di altre categorie merceologiche. Il canale fisico per acquistare farmaci è ancora quello privilegiato dalla maggior parte della popolazione; tuttavia, l'uso degli strumenti digitali fra i cittadini italiani è un trend in aumento, soprattutto nelle fasce più giovani della popolazione. I principali canali che orientano le scelte dei consumatori sono i ranking dei motori di ricerca (15%), le recensioni e valutazioni di altre persone (10%) e il consiglio di un professionista sanitario (9%). L'ambito della sicurezza risulta fondamentale anche considerando le scelte dei consumatori legati ai canali tradizionali. Secondo la ricerca di Netcomm, il primo inibitore all'acquisto online è legato al fatto che si preferisce farsi consigliare di persona da un professionista del settore, percependo una minore chiarezza dalle informazioni reperibili sul web. Anche l'abitudine e alcuni timori legati alla corrispondenza tra merce acquistata e recapitata e sull'integrità dei prodotti sono fattori che costituiscono un ostacolo verso la finalizzazione dell'acquisto online di farmaci. (riproduzione riservata)





Fonte: Netcomm 2019

## Aumentano i requisiti per Libra di Facebook

Aumentano i requisiti che Libra, la criptovaluta di Facebook, deve rispettare per poter decollare. L'Autorità federale di vigilanza sui mercati finanziari svizzera (Finma), nella documento integrativo alla Guida pratica sulle criptovalute, concernente le cosiddette *stable coin*, del settembre scorso, delinea i requisiti normativi che la criptovaluta di Facebook deve rispettare per poter ottenere la licenza di sistema di pagamento da parte dell'autorità di vigilanza svizzera. Così la Svizzera mantiene accese le speranze di Libra, mentre grandi aziende, quali Paypal, eBay, Visa, Mastercard e Booking abbandonano il progetto. Libra, la criptovaluta lanciata da Facebook, a differenza del bitcoin ha un prezzo stabile perché vincolato a un mezzo di scambio stabile (per esempio, una moneta fiat). Questa tipologia di criptovaluta, definita *stable coin* (o «moneta stabile»), per la sua peculiarità, mette i fondi al sicuro dal rischio di volatilità dei prezzi. Nel caso di Libra, il consiglio federale svizzero ha osservato che questa, sarebbe esposta a una volatilità limitata grazie al sostegno di un paniere di valute legali stabili. Infatti, la *stable coin* di Facebook, allo stato attuale, è vincolata al dollaro statunitense. Il trattamento delle *stable coin* da parte della Finma è in linea con l'approccio adottato in materia di *token*: l'attenzione è rivolta alla funzione economica e allo scopo di un *token* (*substance over form*). Inoltre, tiene conto sia dei principi di valutazione comprovati (*same risks, same rules*) sia delle particolarità del singolo caso. Per ottenere la licenza di sistema di pagamento, ai sensi della legge sulle infrastrutture dei mercati finanziari (Fmia), Libra deve conformarsi ai requisiti antiriciclaggio ai sensi della legge antiriciclaggio (Amla) e rispettare anche i requisiti aggiuntivi relativi, in particolare, all'allocazione del capitale, alla concentrazione e alla liquidità del rischio, nonché alla gestione della «Riserva Libra» poiché il progetto offre altri servizi oltre a quelli di un sistema di pagamento puro che ne aumenta i rischi. Altra condizione necessaria per la concessione della licenza del sistema di pagamento è il sostenimento dei rendimenti e dei rischi associati alla gestione della «Riserva Libra» in capo interamente a Libra Association e non ai Libra holders (titolari/detentori della criptovaluta).

Giulia Provino

— © Riproduzione riservata — ■



## Turismo

## Il Trentino punta a Cina, Giappone e Corea del Sud

> Fabio Peterlongo a pagina 20

# Il turismo guarda ad Oriente

**Trentino Marketing.** Presentata la campagna invernale: Cina, Corea del Sud e Giappone le aree di sviluppo. Ma anche il Brasile è nel "mirino". Novità del "white friday" tra l'8 e il 23 dicembre: offerte speciali per visitare il Trentino

### IL NUMERO

## 3 milioni

l'investimento

• Questa la cifra che Trentino Marketing investirà per promuovere le vacanze invernali in Trentino su tutti i mezzi di comunicazione

FABIOPETERLONGO

**TRENTO.** Trentino Marketing dà il via alla stagione turistica invernale annunciando l'investimento di 3 milioni di euro per promuovere il turismo in Trentino attraverso campagne stampa, tv, radio e web e concentrandosi sull'internazionalizzazione del brand "Trentino", con l'apertura a Cina, Sud Corea, Giappone e Brasile, attraverso il coinvolgimento di tour-operator locali. L'obiettivo è di arrivare a 500 milioni di contatti. Si punterà anche sugli eventi sportivi: tra questi, la Coppa del Mondo di combinata nordica in Val di Fiemme e quella di sci alpino a Madonna di Campiglio.

Questo è emerso durante la conferenza stampa di ieri pres-

so la sede di Trentino Marketing, alla presenza dell'amministratore unico Maurizio Rossini e dell'assessore provinciale al turismo Roberto Failoni che ha accolto con soddisfazione i risultati estivi: «Gli operatori sono soddisfatti, anche i prezzi iniziano a salire, segno di una forte domanda». Failoni ha annunciato l'approdo in aula entro fine mese della legge di riforma del turismo.

### La promozione

Le campagne promozionali di Trentino Marketing a mezzo stampa intendono concentrarsi sulle grandi testate nazionali, come Corriere, Repubblica, il Giornale, Gazzetta dello Sport, e su pubblicazioni internazionali come Wired e i magazine di bordo prodotti dalle compagnie aeree come British Airways, la tedesca Lufthansa e la russa Aeroflot. Sono previste sponsorizzazioni su 29 testate per 42 milioni di contatti previsti. Sul fronte tv, sono previsti quasi 4mila spot sulle emittenti Rai, Mediaset, Sky, con particolare focus sulle emittenti sportive internazionali come Eurosport. Si prevedono così 180 milioni di contatti.

Dal 24 novembre un piano di

maxi-affissioni promuoveranno il brand "Trentino" a Milano ed uno spot sarà realizzato per i cinema e proiettato in 221 sale. Il marchio Trentino sarà presente anche sui campi delle nazionali di volley e basket e su quelli della serie A di calcio, con pannelli led sui campi di Fiorentina, Napoli, Roma, Cagliari, Verona.

### Le campagne digitali

Tra le novità c'è il "white friday", che concentrerà nel periodo tra l'8 e il 23 dicembre la promozione di offerte speciali per visitare a costi ridotti il Trentino, per rilanciare un periodo solitamente troppo tardivo per prenotare le vacanze. Si rinnova l'aspetto del portale [www.visittrentino.info](http://www.visittrentino.info), che punta sulla multistagionalità, con sezioni dedicate alle attrattive del territorio nelle quattro diverse stagioni. Si rinnova l'evento #traverse19, con il quale l'anno passato venti top-influencer di portata internazionale hanno promosso il Trentino attraverso le piattaforme social. Le diverse campagne digitali dovrebbero portare, secondo Trentino Marketing, all'attenzione di 193 milioni di utenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





• Maurizio Rossini, amministratore unico di Trentino Marketing, ha spiegato le strategie promozionali (FOTO AGENZIA PANATO)

## Agcom, aumentano gli ascolti della Rai Quotidiani in calo. Tim leader sul mobile

Crescono gli ascolti per la Rai che sfiora il 35% (+1,5 punti percentuali) e Mediaset scende al 31,0% (-2,7%), mentre continua il calo della vendita dei quotidiani e aumenta di 3 milioni il numero di sim attive, con Tim ancora leader del mercato mobile. I dati emergono dall'Osservatorio sulle Comunicazioni dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (Agcom) presieduta da Angelo Marcello Cardani, relativi a fine giugno. Nello stesso periodo, Discovery registra una crescita di 1,2 punti percentuali (al 7,7%), Comcast si assesta su di una quota di ascolti del 7,1% (-0,1%) mentre La7 del Gruppo Cairo Communication mostra una contenuta flessione (-0,4 punti percentuali). Analizzando l'evoluzione delle audience delle edizioni serali dei principali programmi di informazione (i telegiornali), nel giorno medio, Tg1 e Tg5 risultano i più seguiti (complessivamente con circa 6,9 milioni di ascoltatori nel giorno medio). Al terzo posto si colloca l'edizione serale della testata a carattere locale di Rai 3 (Tgr) con una share, pari al 10,6%, sostanzialmente in linea su base annua. Per il settore dell'editoria si conferma il trend negativo.

Nel mese di giugno 2019, la vendita di quotidiani (copie cartacee e copie digitali) è pari a circa 2,6 milioni di copie, in flessione del 9% su base annua. Con riferimento all'intero periodo considerato (giugno 2015 - giugno 2019), le copie giornaliere cartacee complessivamente vendute dai principali editori si sono ridotte di un terzo, passando da 2,34 a 1,58 milioni di unità. Contestualmente, risultano in netta flessione anche le copie digitali (-26% nell'intero periodo, -7% da giugno 2018). Nella rete mobile a fine giugno si registra un aumento complessivo di 3 milioni di sim: l'incremento è dovuto alle sim machine to machine (M2M, +4,3 milioni di unità), mentre quelle «solo voce» e «voce+dati» si sono ridotte di 1,3 milioni di unità. Tim si conferma leader di mercato (con una quota del 30,4%), seguita da

Vodafone e Wind Tre (intorno al 29%). Il nuovo entrante Iliad, nel primo anno di attività, rappresenta il 3,7% del comparto. Prosegue a ritmi sostenuti la crescita della larga banda mobile: nel primo trimestre dell'anno poco meno del 70% delle linee «human» ha effettuato traffico dati, con un consumo medio unitario di dati stimabile in 5,8 GB/mese in crescita del 59% rispetto a giugno 2018.

Per quanto riguarda la rete fissa a fine giugno gli accessi complessivi si riducono di circa 260 mila unità rispetto al trimestre precedente (-660 mila unità rispetto a giugno 2018). Si evidenziano profondi mutamenti nella composizione delle tecnologie utilizzate per la fornitura del servizio: se nel giugno del 2015 oltre il 92% degli accessi alla rete fissa era in rame, dopo quattro anni questi sono scesi a meno del 52%, pari ad una flessione di oltre 8,4 milioni di linee.

I ricavi complessivi del settore postale nella prima metà dell'anno sono aumentati invece dell'1,8% rispetto al primo semestre dello scorso anno. In particolare, i servizi di corriere espresso risultano in crescita del 3,1%, mentre quelli postali sono in flessione dello 0,2%. L'Agcom evidenzia che per quanto riguarda i volumi dei servizi ricompresi nel servizio universale, essi risultano in flessione dell'11,9%. Allo stesso tempo gli invii di pacchi hanno fatto registrare una crescita del 5,9%, con circa 230 milioni di unità movimentate da inizio anno. Il gruppo Poste Italiane risulta essere il principale operatore con oltre una quota di mercato di oltre il 44%.

—© Riproduzione riservata—



**FONDAZIONE NORD EST**

# LO SVILUPPO PASSA DALLA RIPRESA DEGLI INVESTIMENTI

di **Carlo Carraro**

La percezione che, in questi ultimi anni, un gruppo ristretto di regioni sia il motore dello sviluppo economico italiano è ormai diffusa, soprattutto nel Nord del Paese. In queste regioni si sono concentrate crescita e occupazione, export e servizi di qualità, con un divario accresciuto con il resto d'Italia.

Meno precisa e dettagliata è stata la loro individuazione e l'analisi delle ragioni che stanno dietro i risultati conseguiti. Analisi peraltro indispensabile per capire non solo la dinamica economica e sociale di queste regioni, ma soprattutto il loro futuro, la loro integrazione nel sistema economico europeo, la capacità di far fronte ai tanti cambiamenti che caratterizzeranno il futuro prossimo venturo.

Per identificare e analizzare le regioni che trainano l'economia italiana, la Fondazione Nord Est ha costruito un indicatore di sintesi, che abbiamo chiamato Ises (Indice di sviluppo economico e sociale), per tutte le 111 province italiane, che aggrega i 15 principali indicatori socio-economici in ciascuna provincia. I risultati mostrano come le venti province con il più elevato valore dell'Ises si trovino tutte in cinque regioni (unica eccezione è la provincia di Firenze): Lombardia, Trentino-Alto Adige, Veneto, Emilia Romagna e Friuli Venezia Giulia. Dando vita a una macroregione a forma di Pentagono.

Che cosa caratterizza, da un punto di vista economico-sociale, queste cinque regioni? Il dettaglio dei risultati è contenuto nel Rapporto 2019 della Fondazione Nord Est, scaricabile gratuitamente dal sito <http://www.fnordest.it>. In sintesi, livelli di reddito pro capite più elevati, minor disoccupazione, maggiore apertura commerciale, minor numero di giovani inattivi (Neet), maggior raccolta differenziata, miglior qualità ambientale etc. Notizie meno positive vengono tuttavia dal fronte istruzione e investimenti. Per queste due variabili, anche il Pentagono soffre del cronico ritardo che caratterizza tutto il Paese e della difficoltà, emersa soprattutto in questi ultimi anni, di invertire la rotta, sia con maggiori investimenti pubblici (in infrastrutture e formazione) sia con maggiori investimenti privati (in innovazione e digitalizzazione).

Il confronto del Pentagono con le altre regioni europee contenuto nel rapporto della Fondazione Nord Est ci restituisce comunque l'immagine di un gruppo di regioni perfettamente integrato con quelle più evolute e dinamiche del Centro Europa. Simili livelli di reddito

e di occupazione, economie strettamente integrate da alti livelli di interscambio commerciale. Tuttavia, per quanto riguarda formazione e investimenti, il gap con le regioni europee più performanti risulta essere rilevante e crescente nel tempo.

Quale lezione si può quindi trarre dal Rapporto della Fondazione Nord Est? Serve una ripresa degli investimenti, pubblici e privati. Per costruire i pilastri dello sviluppo economico futuro. La ricetta potrebbe essere riassunta nel modo seguente:

1. Spostare una parte delle risorse pubbliche, regionali e nazionali, dalla spesa corrente agli investimenti (al contrario di quanto fatto negli ultimi anni).
2. Dare vita a una forte semplificazione burocratica e amministrativa, per attirare investimenti sia da imprese italiane che straniere.
3. Introdurre una fiscalità agevolata per gli investimenti, sul modello di Industria 4.0, anche detassando gli utili investiti nella propria impresa o per dar vita a nuove imprese.
4. Indirizzare gli investimenti laddove il ritorno privato si affianca a un rilevante ritorno sociale: formazione e istruzione, ricerca e innovazione, tutela dell'ambiente, economia circolare, energie rinnovabili, trasporti sostenibili, difesa dal cambiamento climatico.
5. Sostenere con partnership pubblico-private gli investimenti più strategici per il Paese, soprattutto quelli in intelligenza artificiale, in bio-ingegneria e nelle tecnologie di riuso della Co2 rimossa dall'atmosfera.
6. Sviluppare le infrastrutture di trasporto, energetiche, formative, culturali necessarie ad attirare investimenti produttivi rilevanti e capitale umano qualificato. Gli investimenti ora descritti sono tra loro sinergici. Gli investimenti in una rete di trasporti che crei un attrattore metropolitano facilitano, ad esempio, la permanenza e l'arrivo di capitale umano qualificato. Questo, a sua volta, è un prerequisito per sviluppare ricerca e innovazione. Che, a sua volta, è la condizione per far crescere settori produttivi e servizi ad alto valore aggiunto, centrati su digitale e nuove tecnologie.

*Direttore scientifico della Fondazione Nord Est*

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Dopo Apple in arrivo a Napoli altri big dell'hi-tech

## SVILUPPO E CRESCITA

**Pronti a insediare centri di innovazione Leonardo, Oracle e Amazon**

**Il 30 ottobre agli Innovation days del Sole 24 Ore sfilano le eccellenze del territorio**

**Vera Viola**

Se una "rivoluzione" c'è stata negli ultimi anni a Napoli, questa è avvenuta nel campo dell'innovazione. Dopo lo sbarco di Apple a San Giovanni a Teduccio, altre multinazionali si sono localizzate nello stesso Polo universitario e altre ancora si preparano a farlo. L'ultimo annuncio è di qualche giorno fa: il presidente di Leonardo, Gianni De Gennaro, ha detto che presto sarà avviato a Pomigliano d'Arco un centro di innovazione. Leonardo avrà anche una sede nel Polo universitario fredericiano.

Così anche altre imprese si candidano ad aprire a Napoli – si parla di Oracle, Amazon, ma per ora sono voci di trattative in corso – tanto che gli spazi a San Giovanni sono ormai quasi saturi.

La prima pietra è stata proprio quella del Polo universitario della Federico II, (inserito dalla Ue in una ristretta lista dei migliori progetti). A inaugurare il Campus sono state tre anni fa le matricole di Ingegneria ora vicine alla laurea triennale. E subito dopo hanno varcato i cancelli i primi 200 giovani della Apple Academy, nel 2016: i diplomati ad oggi sono 1000 provenienti da 40 Paesi diversi. Dopo hanno fatto rotta su Napoli le Academy di Cisco, Tim, Fs, Intesa San Paolo, Deloitte, Merck, alcuni già in ampliamento. Oltre al centro di servizi metrologici "Cesma" e l'incubatore d'impresa Campania New Steel. Di tutto ciò si parlerà mercoledì 30 ottobre in occasione del roadshow "Innovation Days – Le eccellenze del territorio", organizzato dal Gruppo 24 ORE (via Santa Chiara 49).

«Il nostro bilancio è molto positivo – dice Enrico Mercadante, responsabile Innovation & Digital Transformation di Cisco Italia –. Troviamo un ambiente stimolante, in cui imprese e istituzioni hanno interesse a mettersi in gioco». Il manager sintetizza: «C'è una coralità che fa di Napoli una capi-

tale europea dell'innovazione, alla pari di Berlino, Barcellona. Perciò noi continuiamo a investire qui».

Anche presenze storiche si rafforzano, e non solo nell'area di San Giovanni. A esempio Accenture a Napoli, nel Centro direzionale, ha un importante polo che in pochi anni ha raggiunto le 1800 unità. Fabio Benasso, presidente e ad di Accenture Italia dice: «Siamo partiti sviluppando un eccellente rapporto di collaborazione con l'Università Federico II ed oggi abbiamo un centro leader sul fronte dell'innovazione tecnologica e competitivo a livello internazionale, in grado di sviluppare servizi scalabili ad alto valore aggiunto». C'è Ibm al Centro direzionale ed Ntt Data che si prepara ad assumere 500 persone.

«Sia chiaro – precisa Giorgio Ventre, direttore scientifico della Apple Academy – Non si partiva da zero, c'è da tempo un nocciolo duro di aziende ICT nel Napoletano. Oggi abbiamo gli studenti di ingegneria informatica che trovano più facilmente lavoro, secondo AlmaLaurea». La Regione sta facendo la sua parte. Basti solo pensare alla borsa di studio da 800 euro mensili per tutti gli studenti della Apple Academy per un totale fino ad oggi di 12 milioni. «Le Academy sono strategiche – spiega l'assessore regionale Valeria Fascione – poiché sono al tempo stesso luogo di ricerca e di sperimentazione. La Regione ci crede e investe per creare un competitivo hub internazionale della trasformazione digitale». In totale nell'ultimo triennio ha stanziato 500 milioni di euro. Tutto ciò ha sollecitato anche le imprese locali e di minori dimensioni. Si pensi a Protom, Gematica, Bit4id, Graded, Tecno. Dice Gaetano Cafiero, alla guida di Kelion ed ex presidente della sezione it dell'Unione industriali di Napoli: «Le realtà locali assumono un gran numero dei giovani delle Academy e inoltre stando a contatto con i big esse crescono». Napoli è diventata la terza città italiana per numero di startup (403).

Contaminazione: la parola d'ordine. Se ne fa carico il Digital Innovation hub. «Il 23 ottobre – racconta Gino Nicolais che ne è il presidente – le grandi imprese incontreranno le piccole, le prime apriranno i propri laboratori per favorire sperimentazioni». Quali sono gli obiettivi da perseguire per il

futuro è tema all'ordine del giorno. «Dobbiamo portare sul territorio grandi imprese e grandi centri di ricerca – ammette Nicolais che segue il processo da qualche decennio, sin da quando come assessore regionale istituì la rete dei centri di competenza – quelli che non dismettono mai e continuano a investire». La Federico II e il suo visionario rettore Gaetano Manfredi hanno predisposto gli spazi per il nuovo che verrà. È in costruzione il raddoppio del Polo di San Giovanni con un finanziamento di 70 milioni circa della programmazione europea 2014-2020. «San Giovanni è un modello che replicheremo in tutto l'ateneo – dice – in ciascun dipartimento ci saranno gli studenti universitari, le academy, le imprese e i laboratori».

RIPRODUZIONE RISERVATA

## INNOVATION DAYS



### L'evento

Sbarca a Napoli mercoledì 30 ottobre il roadshow "Innovation Days – Le eccellenze del territorio", organizzato dal Gruppo 24 ORE per raccontare il cambiamento in atto nella manifattura, nei servizi, nell'agroalimentare. Nel corso della mattinata (via Santa Chiara 49), start-up, manager, imprenditori, rettori universitari e rappresentanti delle istituzioni racconteranno le proprie esperienze e si confronteranno sul tema dell'innovazione come leva competitiva.

L'evento ha il patrocinio dell'Unione Industriali di Napoli; partner dell'iniziativa sono TIM, UniCredit, Rekeep, Gori S.p.A., Pegaso Università Telematica, Peugeot e Wavemaker.





**Innovazione.** Il polo universitario della Federico II a San Giovanni a Teduccio

**PANORAMA****UTILITY**

# Acea alleata con Google per lo sviluppo digitale

Acea si allea con Google per accelerare la sua trasformazione digitale in linea con quanto previsto dall'ultimo piano strategico che prevede 500 milioni di investimenti al 2022 in innovazione. Così ieri l'ad della multiutility romana, Stefano Donnarumma, è volato in California, a Mountain View, nel quartier generale della multinazionale americana dell'hi-tech, per siglare un protocollo d'intesa con il ceo di Google Cloud, Thomas Kurian. Le soluzioni del colosso Usa saranno quindi utilizzate sia per migliorare l'esperienza dei clienti Acea sia per ottimizzare l'efficienza operativa delle infrastrutture It (tecnologia dell'informazione) grazie al parziale trasferimento dei processi aziendali sul cosiddetto "cloud": la famosa "nuvola" di Google, vale a dire l'insieme di servizi che il big americano offre su richiesta, in modalità remota, attraverso una connessione Internet. «L'azienda - ha spiegato ieri Donnarumma - accelera e rafforza, in questo modo, il cammino intrapreso affidandosi a un partner leader a livello internazionale in materia di tecnologia e sviluppo digitale». L'elenco delle società che hanno affidato a Google la gestione di dati e processi interni è lunghissimo. E ora anche lo storico gruppo romano salirà sulla «nuvola» americana.

—Ce.Do.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**500****MILIONI  
DI EURO**

Sono gli investimenti in innovazione previsti dal piano strategico del gruppo Acea al 2022. Ieri l'alleanza con Google.



**IN BREVE****TLC****Fra Zte e Go Internet  
intesa sul 5G**

Go Internet, società umbra che opera nel settore dell'internet mobile, ha concluso un accordo per la fornitura di base stations 5G-ready, con il gruppo cinese Zte, attivo in Italia anche con un Centro Ricerche sul 5G a L'Aquila. Le nuove base stations saranno utilizzate, in un primo momento, per completare la migrazione dalla tecnologia Wimax alla tecnologia Lte della rete presente nella regione Marche. Successivamente saranno utilizzate in modalità 5G, semplicemente effettuando un upgrade.



**DENARO&LETTERA****ERICSSON: +6,18%**

## Lo sprint del 5G spinge le vendite, ma conti in rosso per indagine Usa

È salito del 6,18% (+14,17% da inizio anno per 27,4 miliardi di euro di capitalizzazione) il titolo Ericsson dopo la presentazione di una trimestrale in cui la multinazionale svedese di reti e tecnologie per le Tlc ha battuto le aspettative, rivedendo al rialzo le previsioni di vendite per il 2019 spinte dal business del 5G.

Nel terzo trimestre 2019 le vendite sono salite del 6% su base annua a 57,1 miliardi di corone svedesi (5,3 miliardi di euro), mentre il margine lordo è aumentato al 37,7%, rispetto al 36,5% dell'anno precedente. Crescita, ma dai profitti si è passati al rosso (-6,9 miliardi di corone svedesi pari a -639 milioni di euro nel trimestre e -2,6 miliardi di corone nei nove mesi pari a -240 milioni) per un accantonamento di 1,1 miliardi di euro a copertura di una possibile ammenda negli Usa nell'ambito di un'indagine per corruzione. «Continuiamo a vedere un forte slancio nella nostra attività, basato sulla strategia per aumentare gli investimenti nei principali mercati tecnologici, incluso il 5G», ha affermato il ceo Borje Ekholm, citato nella relazione trimestrale. «Abbiamo visto una crescita organica delle vendite - si legge ancora - del 3% nel trimestre, trainata dai primi utenti 5G in Nord America e nel Nord-Est asiatico».

—A. Bio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Andamento del titolo



TELECOM ITALIA RIAVVIA TRATTATIVE A RITMO SERRATO CON ENEL E CDP PER UN'INTESA SULLA RETE UNICA

## Tim e Open Fiber accelerano verso l'accordo

**Oggi si riunisce il comitato nomine del gruppo tlc: Rossi sempre più vicino alla presidenza***(Follis e Montanari a pagina 23)*

NEGLI ULTIMI GIORNI SONO RIPRESE A RITMO SERRATO LE TRATTATIVE CON ENEL E CDP

# Fra Tim e Of si riaccende l'intesa

*Dubbi sul soggetto che dovrebbe controllare l'eventuale newco. Molti fondi interessati a valutare il dossier*

DI MANUEL FOLLIS  
E ANDREA MONTANARI

**S**ono ripartite le grandi manovre attorno all'operazione Telecom Italia-Open Fiber. Anche se c'è chi giura che i contatti tra gli azionisti non si siano mai interrotti, era evidente che negli ultimi mesi le trattative per arrivare a un accordo (complice anche il cambio di governo) si fossero un po' arenate. Negli ultimi giorni, invece, l'attività e gli incontri tra le parti sono tornati a farsi più frequenti e più ricchi di contenuti. C'è chi sostiene che, almeno in parte, la posizione dell'amministratore delegato di Enel, Francesco Starace, possa avere avuto un peso nella ripresa dei colloqui. Enel è infatti azionista al 50% di Open Fiber, assieme a Cassa Depositi e Prestiti, e a Roma ultimamente scommettono che la posizione di Starace (in carica dal 2014, quando c'era il governo Renzi) si sia molto irrobustita. L'intensificarsi degli incontri non implica ovviamente che la soluzione dell'operazione sia a portata di mano, ma solo che la volontà di arrivare a un accordo è sempre forte.

Gli scenari invece su come mettere in pratica un'eventuale intesa divergono profondamente. Un'ipotesi è che la maggioranza

azionaria di un eventuale veicolo che controlli l'infrastruttura di rete non possa che spettare a Cdp, soggetto terzo nei confronti del mercato e degli operatori. In realtà, l'amministratore delegato di Telecom Luigi Gubitosi in più occasioni ha ricordato che Tim è interessata a portare a buon fine l'operazione di alleanza, ma mantenendo il controllo dell'infrastruttura. Una partita, questa, tutta da giocare sulle technicalità e sulla governance della newco. Il tutto senza dimenticare che negli scorsi mesi si è spesso parlato del possibile intervento di un fondo, ipotesi che resta d'attualità.

Un altro aspetto ancora tutto da verificare riguarda la valutazione di Open Fiber. Appare evidente che rispetto alle posizioni iniziali le parti si sono molto avvicinate sul pricing, ma restano ancora interpretazioni differenti. Resta valida l'ipotesi che Enel decida di mettere all'asta la sua quota del 50% di Open Fiber, potendo contare sull'interesse manifestato appunto da più fondi e che l'intento della società energetica sia quello di partire da una base d'asta di 3 miliardi (valutando quindi

circa 6 miliardi il 100% di Open Fiber). D'altra parte, invece, tra gli operatori e gli advisor al lavoro molti ritengono che la valutazione massima della società guidata da Elisabetta Ripa sia intorno a 4 miliardi. Di sicuro l'ingresso nella partita ha suscitato l'interesse di molti soggetti, addirittura c'è chi dice di una decina di fondi, tra cui Ardian, Macquarie o Gic. Tutto questo mentre oggi è previsto il comitato nomine di Tim, che tecnicamente sarà chiamato a verificare i requisiti di indipendenza del futuro membro del cda di Tim, al quale il cda previsto per lunedì 21 dovrebbe assegnare la carica di presidente con rispettive deleghe. Negli ultimi giorni sono circolati molti nomi, da Innocenzo Cipolletta ad Antonio Catricalà fino a Michele Crisostomo. Salvo sorprese, però, la carica sarà assegnata a Salvatore Rossi, ritenuta dagli azionisti la figura più adeguata per il ruolo. (riproduzione riservata)





*Francesco Starace*

# Universal trascina la crescita dei conti Vivendi

## MEDIA

**Con Tencent accordo in dirittura per fine anno  
Altri interessati a entrare**

**Antonella Olivieri**

Né Telecom, né Mediaset. Le domande degli analisti, in conference call con Vivendi in occasione dell'annuncio dei risultati al 30 settembre, sono state per la maggior parte concentrate su Universal music, la gallina dalle uova d'oro del gruppo, per la quale è in corso il processo di vendita di una consistente minoranza, fino al 50%. Il ceo Arnaud de Puyfontaine ha spiegato che conta di chiudere con il gruppo cinese Tencent per fine anno, che il filing alle autorità americano sarà inoltrato appena definito l'accordo, ma che allo stato non intravede problemi dal momento che si tratta della cessione di una quota di minoranza e non invece del passaggio del controllo. De Puyfontaine ha anche detto che la partnership con Tencent aiuterà a creare valore in Cina e che analogamente gli altri soggetti interessati a entrare nel capitale di Universal a condizioni di prezzo simili, con i quali ci sono contatti in corso, saranno valutati anche sotto il profilo della valenza strategica per accelerare il business. Ad agosto Vivendi aveva annunciato di essere entrata in trattative preliminari per cedere una quota del 10% a Tencent per una valutazione dell'equity della major Usa di 30 miliardi. Tencent avrà anche un'opzione per salire di un ulteriore 10% allo stesso prezzo. La due diligence è in corso e è previsto si concluda nelle prossime settimane.

Nel terzo trimestre, appena concluso, Universal Music ha riportato una crescita dei ricavi, a livello "orga-

nico" (a parità di perimetro e cambi), del 15,7% a 1,8 miliardi di euro. Nei primi nove mesi dell'anno il giro d'affari è salito del 17,5% a 5,058 miliardi. Delle attività del gruppo, seconda in termini di crescita è stata la neo acquisita Editis (è consolidata dal 1° febbraio) che ha aumentato i ricavi del 15,3% a 210 milioni (+7,1% nei nove mesi a 470 milioni). In flessione invece Canal +: -0,9% nel trimestre a 1,285 miliardi e -1,8% a 3,803 miliardi nei nove mesi. Andamento piatto infine per Havas con 567 milioni di fatturato nell'ultimo trimestre e 1,681 miliardi (+0,1%) nei primi tre trimestri. Tutti i dati segnalano le variazioni a livello organico, per quanto riguarda Havas che ha acquisito Buzzman in Francia e Langoor in India, la crescita al livello contabile è stata del 3,4%.

A livello consolidato Vivendi ha chiuso il trimestre con ricavi in crescita del 7,2% a 3,97 miliardi per un totale di 11,323 miliardi nei nove mesi (+6,9%). Contabilmente la crescita dei ricavi del gruppo è stata del 16,7% nel trimestre e del 14,6% nei nove mesi.

Nessun accenno, dunque, né nella comunicazione dei dati di fatturato né nella successiva conference call sulle partecipate italiane. Sul fronte Mediaset, dove il gruppo che fa capo a Vincent Bolloré, ha segnato un punto giudiziario con lo stop disposto d'urgenza in Spagna alla fusione olandese, il prossimo appuntamento è il 30 ottobre quando è fissata l'udienza al Tribunale di Milano per il ricorso d'urgenza che chiede la sospensiva della delibera dell'assemblea Mediaset del 4 settembre che ha approvato il trasloco ad Amsterdam. Telecom riunisce invece oggi il comitato nomine per la sostituzione di Fulvio Conti, dimessosi dalla presidenza il 26 settembre scorso anche per le pressioni di Vivendi, che ne contestava in sostanza l'imparzialità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Vivendi

Andamento a un mese

