

Rassegna del 18/09/2018

Repubblica	31	"Amazon si sdoppi per sfuggire all'Antitrust Usa"	...	1
Messaggero	17	Amazon, il tariffario dei dipendenti infedeli: 300 euro per cancellare le recensioni negative	<i>Pompetti Flavio</i>	2
Mf	7	Amazon, indagine interna su fuga di dati e tangenti	<i>Colamartino Francesco</i>	3
Corriere della Sera	3	Intervista a Diego Piacentini - Piacentini lascia «Torno a Seattle Fare il ministro? Mai dire mai»	<i>Sideri Massimo</i>	4
Repubblica	29	Nella sfida del fast fashion Zara stacca H&M ma il futuro è nell'online	<i>Bennewitz Sara</i>	5
Sole 24 Ore	8	Tlc, sfide a colpi di «low cost» Per un cliente è tutti contro tutti	<i>Biondi Andrea</i>	7
Sole 24 Ore	8	L'analisi - Così monsieur Iliad ha rivoluzionato il mercato francese	<i>Biondi Andrea</i>	9
Stampa	16	Entro il 2025 i robot creeranno 133 milioni di nuovi posti di lavoro	<i>Angius Raffaele</i>	10
Manifesto	6	«I robot creeranno 133 milioni di posti» - «I robot creeranno 133 milioni di posti di lavoro entro il 2022»	<i>Ciccarelli Roberto</i>	11
Corriere della Sera	33	Tim, Conte vede Conti e Genish Poi Bassanini	<i>De Rosa Federico</i>	13
Giornale	21	Via alla partita della rete Tim risale in Borsa: +4%	<i>Conti Camilla</i>	14
Sole 24 Ore	17	In breve - Vodafone valuta la cessione di torri	...	16
Messaggero	20	In breve - Ei Towers. Ok dell'Antitrust all'opa del gruppo F2i	...	17

E-commerce

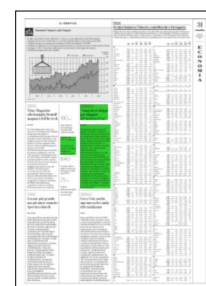
“Amazon si sdoppi per sfuggire all’Antitrust Usa”

177,9_{MLD}

Amazon fattura
quasi 177,9 miliardi
di dollari tra
vendite e servizi

MILANO

Doppia grana per Amazon. Il gigante Usa dell’e-commerce, entrato nel mirino di Trump, ieri ha vissuto una seduta in deciso calo in Borsa. Secondo gli analisti di Citi, infatti, Amazon dovrebbe dividersi in due società – le attività retail e i servizi web alle imprese – per evitare azioni Antitrust da parte dell’amministrazione Usa. Ma non è l’unico problema per Amazon. Secondo il *Wall Street Journal* alcuni suoi dipendenti si facevano pagare tra gli 80 e i duemila dollari per vendere dati e informazioni degli utenti, ma anche per cancellare recensioni negative sui prodotti. Un giro di mazzette che concentrato soprattutto in Cina. In passato Amazon ha dovuto fronteggiare scandali per le recensioni finte e i prodotti contraffatti. L’azienda promette sanzioni, compreso il licenziamento.



Amazon, il tariffario dei dipendenti infedeli: 300 euro per cancellare le recensioni negative

IL COLOSSO HA AVVIATO INDAGINI INTERNE A PECHINO PER SCOPRIRE IL PERSONALE CHE VENDEVA ANCHE DATI PERSONALI IN CAMBIO DI DENARO

L'INCHIESTA

NEW YORK Ottanta dollari per ottenere l'indirizzo di chi ha fatto un acquisto, trecento per cancellare una recensione negativa. Il gigante della distribuzione via web Amazon ha scoperto di essere infiltrata da funzionari corrotti, disposti a concedere i loro servizi ai broker che lavorano per conto delle aziende produttrici degli oggetti venduti sul catalogo online.

È la stessa Amazon a riconoscere per la prima volta l'esistenza di un mercato clandestino che molti utenti e analisti di settore denunciano da tempo nei confronti dell'azienda di Seattle e di altri protagonisti del commercio elettronico.

LE INDAGINI

Il caso è emerso in Cina, dove apparentemente la pratica è molto comune tra gli operatori di siti commerciali. Nonostante l'enorme sforzo di amministrare in proprio quanto viene offerto sul suo catalogo, Amazon ha aperto le porte a due milioni di mercanti esterni che hanno portato nelle sue pagine web 550 milioni di prodotti, con un fatturato che l'anno scorso ha raggiunto quasi 200 miliardi di dollari. La corruzione parte dai brokers che questi mercanti ingaggiano per facilitare il rapporto con la casa madre. Alcuni di loro fanno offerte di compensazio-

ne in contanti per i funzionari disposti ad agevolare le vendite di particolari prodotti, falsificando i dati che vengono immessi nel sito per giudicare l'andamento delle vendite. La rimozione di una recensione negativa, così come l'accesso alla mail di un utente che ha appena acquistato un oggetto, o la semplice visita fittizia di un cibernauta, sono materiale prezioso per i venditori e per i brokers, perché è sulla base dei giudizi dei clienti che l'algoritmo di Amazon seleziona i migliori prodotti e i migliori fornitori, per segnalarli l'attenzione dei consumatori. In Cina l'azienda ha scoperto che alcuni degli impiegati che avevano il privilegio di cancellare una recensione negativa ne facevano un uso arbitrario, e le indagini hanno portato alla luce il mercato a cielo aperto delle mazzette.

Ora l'inchiesta si è spostata negli Usa, con il sospetto che anche qui il fascino discreto dei pagamenti sottobanco possa aver contaminato la locale rete di vendita.

Nel corso di una recente conferenza di venditori presenti sul sito, uno dei broker ha mostrato l'annuncio con il quale uno dei suoi concorrenti offriva compensi a chi prometteva di collaborare per la manipolazione. Un catalogo articolato, che contempla informazioni sul numero di passaggi che ha portato un particolare cliente a leggere la pagina che descrive un particolare prodotto, e le parole chiave usate dai consumatori per cercare un dato oggetto, oltre al numero di visite che quella pagina ha avuto.

Flavio Pompetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Uno dei magazzini Amazon



Amazon, indagine interna su fuga di dati e tangenti

di **Francesco Colamartino**
(*MF-DowJones*)

Amazon sta indagando su presunte fughe di dati e tangenti di cui sono sospettati alcuni suoi impiegati. Questi, con l'aiuto di intermediari, starebbero offrendo dati interni e altre informazioni confidenziali in modo da favorire i commercianti indipendenti che vendono i loro prodotti sul sito web del gruppo. La pratica frutta pagamenti tra 80 e 2 mila dollari ed è particolarmente radicata in Cina, dove i salari di Amazon sono bassi. In dettaglio, i venditori di Shenzhen cercano dipendenti di Amazon sulla piattaforma di messaggistica cinese WeChat chiedendo se vogliono mettersi a disposizione per fornire determinati servizi in cambio di soldi, come ad esempio la cancellazione di una recensione negativa, che frutta circa 300 dollari. Con una cifra inferiore, invece, i venditori possono anche comprare dai dipendenti Amazon gli indirizzi e-mail dei clienti che scrivono le recensioni. Questo consente ai venditori di raggiungere i clienti che scrivono recensioni negative con l'intento di persuaderli a modificarle o cancellarle, offrendo loro prodotti a sconto. Altre volte, invece, a essere in vendita sono le parole chiave usate dai clienti per cercare certi prodotti sul sito di Amazon, i volumi di vendite e le statistiche sulle abitudini dei compratori. (riproduzione riservata)



Mr. agenda digitale**Piacentini lascia
«Torno a Seattle
Fare il ministro?
Mai dire mai»**

«**P**er evitare malintesi sottolineo che non l'ho deciso adesso, avevo detto che sarei rimasto a lavorare due anni per il governo. E i due anni sono passati. Lascio — mi auguro — un'eredità che è costituita dai progetti ma anche dai processi. È questo che manca alla Pubblica amministrazione spesso: poter fare le cose senza dover reinventare la ruota ogni giorno». Diego Piacentini tra 45 giorni lascerà l'incarico di commissario per il digitale che aveva ricevuto da Matteo Renzi. Ma non tornerà in Amazon.

Cosa farà?

«Non lo so ancora: rientro a Seattle per la mia famiglia ma sicuramente non tornerò in Amazon. I miei due anni di aspettativa sono scaduti circa un mese fa. Mi prendo un po' di tempo per riflettere».

Tornerebbe in Italia a fare il ministro dell'Innovazione per il governo?

«Ministro? Onestamente non lo so: probabilmente no, però non ci ho pensato e ho anche imparato che bisogna tenere aperte le porte. In ogni caso questo tipo di ministero non esiste, noi lo abbiamo proposto, ma mi sembra che non ci sia la volontà».

Il progetto che le sta più a cuore?

«Userò queste ultime settimane per permettere al progetto sui pagamenti della Pa di diventare nel giro di due anni l'unico modo per pagare la Pa. Inoltre c'è anche la fase sperimentale di io.italia.it che seguirò fino alla fine».

Massimo Sideri

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Top manager

Diego Piacentini, 58 anni, è stato vicepresidente di Amazon



Nella sfida del fast fashion Zara stacca H&M ma il futuro è nell'online

Migliori del previsto i risultati del gruppo svedese ma in Borsa vincono gli spagnoli

SARA BENNEWITZ, MILANO

H&M stupisce con risultati migliori del previsto ma Zara – che all'ultima prova dei conti aveva deluso gli investitori – vale comunque in Borsa quattro volte più del gruppo svedese, ovvero 81,7 miliardi di euro. Eppure anni fa le due aziende si tallonavano, si ricorrevano, si completavano portando la rivoluzione nel settore abbigliamento, e inventando il così detto "fast fashion". Con prodotti nuovi ogni dieci giorni, Zara e H&M hanno fatto una dura concorrenza mettendo in crisi tantissimi marchi, tra cui anche Benetton e Stefanel. Partendo dalla Spagna una e dalla Svezia l'altra, le due griffe europee si sono subito caratterizzate per due stili diversi con formule commerciali diverse, ma con una caratteristica comune: offrire moda a prezzi bassi puntando sui volumi. Non a caso oggi l'industria del fast fashion è la seconda più inquinante al mondo dopo quella del petrolio e degli idrocarburi, sia per la quantità di capi da smaltire (secondo le Nazioni Unite l'85% di quello che viene prodotto finisce in discarica), sia per l'uso di acqua e le emissioni di Co2. Così dopo aver creato bisogni che non c'erano (il consumatore medio

compra il 60% di vestiti in più del 2000), anticipando i consumi della gente e rendendo accessibile ai più un nuovo guardaroba a stagione, gradatamente Zara e H&M sono diventati due fenomeni di moda anche tra le fasce di consumatori più abbienti. Di fronte a un pubblico sempre più vasto, anche la formula è stata rinnovata e mentre Zara ha ampliato la gamma dei prodotti investendo più sull'offerta – e inventandosi nuovi marchi da Massimo Dutti a Oysho, da Stradivarius a Bershka – H&M si è buttata sulla sostenibilità dei processi e dei materiali e sulle collaborazioni con altri stilisti famosi, e solo in un secondo momento ha deciso di investire su nuove linee, o su nuove categorie di prodotto come la casa. È in quel momento – dicono gli esperti – che, per quanto Zara avesse sempre primeggiato seppure di poco, si è allargata la forbice tra i due colossi del fast fashion. Mentre per la spagnola Inditex il marchio di punta è sempre stata Zara, e le migliori risorse a partire dalla creatività sono state investite soprattutto lì, viceversa H&M – che è il nome della griffe ma anche del gruppo di marchi che controlla – si è portato avanti l'identità del brand, lasciando a nuovi marchi il compito di eccellere in altri campi. E così per non tradire le origini di moda a prezzi bassi, è stato lanciato un nuovo marchio dedicato agli accessori (& Other Stories), o per l'abbigliamento di fascia media (Cos), o per i jeans (Cheap Monday). Morale, secondo gli esperti l'allure di H&M si è un po' appannato,

mentre Zara ha continuato a rinnovarsi e a investire su scarpe, borse, casa, uomo, bambino e naturalmente abbigliamento donna. «Credo che una svolta nel fast fashion sia arrivata quando Zara ha deciso di puntare su un'offerta un po' più di lusso – spiega David Pambianco, ad di Pambianco Strategie d'Impresa – l'ha fatto nei negozi, negli accessori, nella casa e anche nel servizio online. Gli spagnoli hanno alzato il livello del posizionamento e dell'esperienza dei consumatori, sia nel mondo fisico che virtuale. H&M invece ha continuato a competere sul prezzo, in anni in cui nascevano nuovi rivali come Primark o Forever21, che rivoluzionavano ancora una volta la formula». Infine, come succede per tutte le aziende fatte di negozi, con Zara che a fine 2017 aveva 7.475 punti vendita (di cui 1.688 in Spagna), ovvero oltre 2.700 più di H&M (ferma 4.739 negozi), la differenza l'ha fatta anche il servizio offerto ai consumatori online. A quel punto chi come H&M competeva sul prezzo e aveva meno scala su cui distribuire i costi della logistica, si è trovato ancora più in difficoltà nonché a dover competere contro giganti come l'americana Amazon o la cinese Alibaba. «Il modello di business di queste catene di negozi è di nuovo in discussione – spiega un analista, che preferisce restare anonimo – perché pagare le spese di migliaia di dipendenti e di punti vendita e fare fatica a crescere, quanto a vendite per metro quadro, pone dei seri dubbi per il futuro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





H&M

Ha puntato per prima sulla sostenibilità a prezzi bassi, lanciando nuovi marchi per la fascia medio alta



Zara

Il marchio di punta del gruppo Inditex, si è spostato verso il lusso investendo anche sull'online

Tlc, sfide a colpi di «low cost» Per un cliente è tutti contro tutti

TARIFFE

Per contrastare Iliad tariffe a 5 euro mensili con 50 GB di traffico

Gli introiti per lo Stato dell'asta per il 5G sono già sui 3,3 miliardi

Andrea Biondi

A la guerre comme à la guerre. Appare sempre di più senza esclusione di colpi lo scontro nel settore delle tlc dove le compagnie telefoniche si stanno sfidando con varie offerte per la felicità di clienti, ma con risultati tutti da verificare alla lunga sui conti delle telco, anche perché all'orizzonte ci sono esborsi non da poco sulle infrastrutture (leggi miglioramento delle reti in fibra) come sul tema frequenze con l'asta 5G che è entrata nel vivo. Non che non fosse chiaro da tempo, in particolare da fine maggio quando Iliad è sbarcata in Italia «per fare la rivoluzione» stando alle parole dell'amministratore delegato Benedetto Levi. Il 30enne torinese già all'atto della presentazione non si è risparmiato, invitando i consumatori italiani a riconoscere quelli che ha elencato come vizi capitali del settore italiano delle tlc. Ma la contesa era già ampiamente partita.

Offerte low cost e «mirate».

Da allora la competizione, se possibile, è diventata sempre più serrata. Una prova? Dopo Iliad è arrivato sul mercato il *second brand* low cost di Vodafone «Ho.» che ha seguito di qualche tempo Kena (la low cost di Tim) già operativa. Ma soprattutto il panorama si è affollato di offerte «winback» per recuperare i clienti andati via, oppure «operator attack» appositamente pensate per strappare clientela a operatori mirati. In questo caso, neanche a dirlo, il principale obiettivo è diventato Iliad, che in Italia ha al momento superato i 2 milioni di clienti.

Non il solo comunque. E basta fare un giro per il web per capire che il settore da questo punto di vista è in fibrillazione. Va detto che queste offerte, che in genere hanno durata limitata nel tempo, in questo momento si sono spinte a livelli molto sfidanti. Per

esempio Tim ha battezzato un'offerta (Tim Five IperGo) che a 5 euro al mese offre chiamate illimitate verso tutti e 50 Giga di traffico Internet. Può essere attivata da chi proviene da Iliad o da un qualsiasi operatore virtuale, con la sola eccezione degli operatori virtuali che lavorano su rete Tim. Il costo di attivazione delle offerte è di 12 euro, oltre al costo di acquisto della Sim. Ma si tratta pur sempre di un'offerta aggressiva in cui la conquista e il mantenimento dei clienti si scontrano inevitabilmente con il versante Arpu. Come detto Tim non è la sola. Vodafone ha attivato Vodafone Special Minuti 50 Giga a 10 euro al mese e Vodafone Special Minuti 30 Giga a 7 euro al mese se si proviene da Iliad, 3 e alcuni operatori virtuali. Wind, con le sue «Smart special» e 3, dal canto loro si sono mosse. Tutte offerte mirate, da attivare nei negozi salvo disponibilità e che si uniscono a quelle standard in cui gli operatori in vario modo puntano a far valere il peso della convergenza fisso-mobile e la qualità del servizio offerto. Un ulteriore «squillo» può arrivare ora nelle prossime settimane da Kena. Andando sul sito della low cost di Tim, che finora permette la navigazione in 3G, si legge che «prossimamente la navigazione dati sarà disponibile anche su Rete 4G».

L'impatto sui conti

Tutta questa prospettiva non può che far sorridere i consumatori. Ma i conti delle compagnie telefoniche? Un'indicazione può essere tratta dall'andamento dei ricavi da servizi: voce che rappresenta un termometro per misurare lo stato di salute «industriale» del comparto mobile e l'andamento dell'attività «caratteristica» (quindi tralasciando correttivi finanziari, efficienze sui costi, ecc). Nel solo secondo trimestre sono stati totalizzati poco più di 3 miliardi di ricavi da servizi mobili per i tre principali operatori «Mno», infrastrutturati, contro i 3,135 miliardi di fine marzo. I 974 milioni di Vodafone Italia risultano in calo del 9,5% su base annua. Flessione anche per Wind Tre: 940 milioni, in riduzione del 9,8% annuo. Per Tim i ricavi si sono attestati a 1,142 miliardi di euro, in sostanziale tenuta (-0,2%) ma dopo il +3,7% del primo trimestre rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. «Quella che si riscontra sul

mercato – spiega Claudio Campanini, managing partner AT Kearney – è una grossa tensione che ha costretto gli operatori a ridurre i prezzi delle offerte. Il risultato è sicuro, matematico: da un mercato saturo non possiamo che aspettarci che a fine 2018 varrà di meno». Con il suo ingresso in Italia Iliad, spiega dal canto suo Fabio Troiani, amministratore delegato di Bip, «ha puntato ai clienti appartenenti alla fascia bassa di spesa mensile. Da prezzo di lancio di 5,99 euro al mese, è adesso fissato a 7,99 con un incremento del traffico disponibile a 50 Giga. La conseguente forte competizione ha comportato a mio parere una «cannibalizzazione» della clientela attuale. Si è infatti creata una accesa concorrenza di prezzo al di sotto dell'Arpu medio mensile precedente all'ingresso di Iliad sul mercato». Certo, Iliad stessa ha dovuto rivedere la tariffa, pur aumentando i Giga. Fabrizio Pascale, Mediterranean Tmt Leader EY, è tranchant: «La guerra al ribasso dei prezzi sta diventando importante. Occorrerà vedere come questo impatterà o meno sul livello degli investimenti che andranno fatti in futuro».

L'asta 5G

In tema di investimenti in questi giorni è in corso l'asta per le frequenze 5G. Ieri il ministero per lo Sviluppo economico, a conclusione della terza giornata d'asta, ha comunicato il livello raggiunto dalle offerte. In sostanza, «l'ammontare totale delle offerte vincenti a conclusione della terza giornata della fase dei miglioramenti competitivi» è stato pari a 3,3 miliardi, con un incremento di circa 800 milioni rispetto alle offerte iniziali. Si riprende oggi. La competizione è tutta sulla banda 3700 MHz, che ha raggiunto un ammontare complessivo superiore al miliardo. A questi si aggiungono i soldi che si recupereranno dall'asta per le frequenze «millimetriche» 26,5-27,5 GHz e quelli già da mettere in



conto per la banda 700 MHz (disponibile dal 2022) i cui lotti sono andati a Iliad (676,5 milioni di euro), Tim (680,2 milioni di euro) e Vodafone (683,2 milioni di euro). Cifre non da poco. Che con la guerra dei prezzi finiscono per stridere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I PRINCIPALI OPERATORI



TIM

Leader nei ricavi da servizi stabili

Per Tim il secondo trimestre si è chiuso in sostanziale stabilità (-0,2% su base annua) sul versante dei ricavi da servizi mobili, che si sono attestati a quota 1,142 miliardi di euro. Questo però dopo il +3,7% del primo trimestre. Per conquistare clienti Iliad e Ho., Tim ha proposto un'offerta a 5 euro con 50 GB di traffico incluso



VODAFONE

La spinta sulla rete

È Vodafone l'operatore con la rete migliore sul 4G, secondo le rilevazioni di Open Signal, con Tim che però si prende il primato sulla latenza 3G/4G e nella velocità 3G. Vodafone ha un'offerta, che sta per scadere, denominata Vodafone Special Minuti 50 Giga che prevede la possibilità di tornare a Vodafone, da Iliad, 3 e altri, con 7 euro.



WIND TRE

La sfida della convergenza

Anche Wind e 3 hanno preparato offerte mirate per conquistare clienti da Iliad, ma non solo. Al di là delle offerte operator attack, Wind Tre sta puntando sui servizi in convergenza fisso-mobili, per famiglie ed imprese. La recente proposta 'Fibra Family' prevede Fibra fino a 1000 Mega per la casa, minuti illimitati e 120 Giga,



ILIAD

Il nuovo entrante

Iliad è presente sul mercato italiano da fine maggio. La sua prima offerta è stata di 5,99 euro al mese con 30 GB di traffico incluso, oltre a voce e sms illimitati. L'offerta è stata sostituita, dopo un certo numero di clienti, con una a 6,99 euro per 40 GB di traffico e ora si è aggiunta quella a 7,99 euro per un traffico incluso di 50 GB



FASTWEB

Operazione «trasparenza»

Fastweb è uno dei principali operatori Mvno, operatori virtuali. In questo ambito con il 19,6% di market share a marzo (dati Agcom) segue Poste Mobile (47,3% di sim "human"). Già prima dell'arrivo di Iliad si è messa sul mercato puntando a qualificarsi per la trasparenza dell'offerta

L'ANALISI

Così monsieur Iliad ha rivoluzionato il mercato francese

Andrea Biondi

La data da cerchiare in rosso è quella del 9 gennaio 2012. Nella storia della telefonia mobile francese, oltre che nella memoria dei consumatori e, soprattutto, degli operatori del settore è questa la data clou, quando Xavier Niel – che qualcuno in Francia ha accostato nientemeno che a Steve Jobs e che è anche uno dei proprietari-salvatori di Le Monde – svela l'offerta tariffaria di Iliad, di cui è il maggiore azionista. Un'offerta con due forfait: 20 euro al mese con chiamate illimitate in 40 Paesi (anche sui cellulari in Francia); 2 euro per un'ora di chiamate e 60 sms.

Detta così sembra semplice, ma allora l'Arpu, il ricavo medio per utente, sul mercato mobile in Francia era, secondo stime elaborate dalla società d'analisi Raymond James, sui 30 euro.

**Xavier Niel**

Era il 2012 quando svelava la prima offerta tariffaria di Iliad, di cui è il maggiore azionista

-42%**IN BORSA**

Da inizio 2018 Iliad-Free registra un calo del titolo. Flessione nel secondo trimestre anche negli abbonati mobili in Francia: il primo nella sua storia di successo iniziata nel 2012

Quell'Arpu, a giugno 2018, è sceso a quota 19,4 euro, con i quattro principali operatori così posizionati: Orange a 22,4 euro; Sfr a 20,3 euro, Bouygues Telecom a 19,6 euro e Iliad a 11,5 euro. In media il calo è stato attorno al 40%, in una guerra dei prezzi in cui il mercato francese si è avvitato così tanto da portare la Francia a essere considerata come il motore di possibili operazioni di consolidamento. Tanto più che l'Arcep, l'autorità francese di regolamentazione, a ridosso dell'estate ha sostanzialmente aperto la porta a ipotesi di consolidamento che gli operatori hanno salutato con favore.

Ad agevolare la crescita del nuovo arrivato Iliad fu però anche il fatto che Iliad poteva contare su una presenza nel fisso. Dieci anni prima, infatti, Niel aveva lanciato la box "triple pay" (internet, linea fissa, tv). Attenzione però. Perché in Francia ora la telco sembra soffrire di un effetto "risacca". Nel secondo trimestre, sotto il peso di una concorrenza sempre più aggressiva, l'esodo nel mobile ha interessato 200mila abbonati, dopo che i primi tre mesi avevano visto un aumento di 130mila. È la prima volta che Iliad-Free ha visto un calo nella sua storia, iniziata con le offerte low cost di cui ora, però, sembra paradossalmente vittima. Da inizio anno il valore del titolo è sceso del 42 per cento. Insomma, si consola con l'Italia, ma a dare una sferzata ai numeri può essere solo un *coup de théâtre*. Sul sito di Free mobile all'offerta da 2 euro al mese (con 2 ore di chiamate, sms e mms illimitati e 50 Mega di traffico incluso) e a quella da 20 euro al mese (con 100 Giga di traffico incluso) c'è quella da 9 euro, ma in scadenza proprio oggi: dove i Giga gratuiti diventano 60. Ma più che ai prezzi l'occhio è rivolto verso l'innovazione. La nuova Freebox è ormai attesa da tempo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LO STUDIO DEL WORLD ECONOMIC FORUM

Entro il 2025 i robot creeranno 133 milioni di nuovi posti di lavoro

RAFFAELE ANGIUS

Entro il 2025 i robot svolgeranno più della metà dei lavori esistenti oggi, ma complessivamente creeranno anche più posti di quanti ne potranno distruggere. A dirlo è uno studio del World Economic Forum, fondazione senza fini di lucro, che ha condotto un'indagine interpellando responsabili e dirigenti di azienda di venti economie sviluppate o emergenti. Secondo il report, entro cinque anni saranno creati 133 milioni di nuove posizioni lavorative, a fronte dell'automazione di 75 milioni di mansioni.

Saldo positivo

Un saldo positivo netto di 58 milioni di nuovi posti, più specializzati, a patto però che gli Stati investano nella formazione dei lavoratori. Perché a fare paura, soprattutto ai sindacati, è la mancanza di fondi specifici per proteggere i lavoratori obsoleti, cioè quelli per i quali sarà difficile acquisire un'ulteriore specializzazione professionale. Per gli altri invece, «c'è l'indiscutibile necessità di assumersi la responsabilità personale della propria formazione permanente e del proprio sviluppo professionale», si legge nel report.

Nell'era dell'Information Technology, che già tanti analisti chiamano «quarta rivoluzione industriale», i primi lavori a essere automatizzati saranno quelli dove è previsto l'inserimento manuale dei dati o la gestione di libri contabili e buste paga. Poi magazzinieri, operai, addetti alle comunicazioni esterne, segretari e revisori contabili. Tutte figure che già dal 2022 si prevede che tenderanno a sparire. Ma dall'altra, il ricam-

bio dovrebbe portare a un aumento di 133 milioni di posti per gli esperti di analisi dei dati, intelligenza artificiale, sviluppo di software, marketing, ingegneria gestionale. Ruoli per i quali, secondo le raccomandazioni del Wef, aziende e governi dovrebbero stabilire fondi di aggiornamento e formazione, per guidare la transizione e non rischiare di trovarsi senza le giuste risorse in un momento cruciale della rivoluzione economica in corso.

Ma queste previsioni non devono sembrare fantascientifiche: negli anni Novanta del secolo scorso la diffusione degli sportelli bancomat negli Stati Uniti convinse le banche che era possibile ridurre la quantità di impiegati agli sportelli. Al contrario, grazie alla riduzione dei costi di gestione delle filiali a fronte di una maggiore clientela, le banche iniziarono ad assumere nuovi dipendenti. A una velocità maggiore rispetto alla diffusione degli stessi bancomat.

Internet delle cose (IoT), big data, robot: in questa direzione si è mossa anche la Germania, che dal 2011 al 2016 ha abbracciato l'Industria 4.0 assistendo a una crescita dell'occupazione dell'uno per cento l'anno, con la previsione di raggiungere un più 1,8 per cento l'anno entro il 2021. Secondo uno studio condotto dal Centro per la ricerca economica europea (Zew) di Mannheim, il Paese ha raggiunto 44 milioni di posti di lavoro nel 2017 - il livello più alto dalla riunificazione del Paese avvenuta nell'ottobre del 1990 - nonostante sia la terza industria mondiale per automazione. —

© BY NC ND ALBUNI DIRITTI RISERVATI



IL FUTURO DEL LAVORO

«I robot creeranno 133 milioni di posti»

■ Il rapporto «The Future of Jobs 2018» del World Economic Forum rovescia le previsioni apocalittiche sul lavoro nei prossimi cinque anni: robotica, algoritmi, automazione creeranno 133 milioni di posti di lavoro, 58 in più di quanti ne distruggeranno. **CICCARELLI A PAGINA 6**

«I robot creeranno 133 milioni di posti di lavoro entro il 2022»

Il rapporto «The future of Jobs» del World Economic Forum: «Saranno quasi il doppio di quelli che saranno distrutti in 5 anni»

L'emancipazione da questo modello alienante passa da una rivoluzione nel nostro rapporto con le macchine, con la loro proprietà e con noi stessi
ROBERTO CICCARELLI

■ Il rapporto «The future of Jobs 2018» del World Economic Forum (Wef), reso noto ieri, rovescia il senso comune apocalittico che accompagna da un quinquennio la cosiddetta «quarta rivoluzione industriale»: l'automazione, la robotica, la rivoluzione digitale non cancelleranno solo posti di lavoro, non creeranno lo scenario angosciante della disoccupazione di massa, aumentando le disuguaglianze senza rimedio. In termini generali è invece annunciata la creazione di 133 milioni di posti di lavoro, poco meno del doppio di quelli che nel frattempo saranno perduti, superati o sostituiti da processi di automazione (75 milioni). Dunque, il saldo netto sarà di 58 milioni.

NON È LA PRIMA VOLTA che uno studio del Wef affronta in maniera più problematica, e meno allarmistica, uno dei proble-

mi più discussi nel capitalismo digitale: la possibile sostituzione integrale del lavoro umano da parte delle macchine di nuova generazione. Già un precedente rapporto del 2016 aveva drasticamente ridimensionato la previsione che ha nutrito fior di pubblicazioni, non solo per economisti specializzati ma per il grande pubblico dell'editoria e della Tv. Una su tutte: nei prossimi dieci anni il 47% dei lavoratori rischierà di perdere il lavoro negli Stati Uniti. Tale possibilità riguarda 702 occupazioni. Era il 2013, la previsione di Carl Frey e Michael Osborne allora fece epoca. Il dibattito si è infuocato e, nel corso degli anni, sono state diffuse altre previsioni. Nel 2014 più di ottocento economisti su 1900 sostennero in una ricerca del Pew Research Center che le applicazioni interconnesse ai supporti robotici avrebbero distrutto più lavori di quelli creati entro il 2025. Nel corso dello stesso anno altri economisti fornirono per il forum Igm un parere opposto: l'automazione è una delle cause della stagnazione dei salari medi, nonostante la crescita della produttività del lavoro, ma storicamente non ha ridotto l'occupazione. Uno studio dell'Ocse, pubblicato nel 2016, ha confermato l'impatto modesto

dell'automazione in Europa dove il 9% dei lavori in media è a rischio di piena o parziale automazione: in Germania il 12%, in Italia è il 9% in Finlandia il 6%. Secondo un rapporto McKinsey del 2017 («Harnesing automation for a future that work») solo il 5% di tutte le professioni sarà sostituito integralmente dalle macchine. In generale si opta per la tesi per cui l'attuale ondata dell'automazione non è caratterizzata da un basso tasso di sostituzione tra vecchi e nuovi impieghi.

L'ANALISI DEL FORUM economico mondiale, quello che organizza il vertice annuale di Davos, è il risultato di un sondaggio effettuato tra aziende che rappresentano 15 milioni di lavoratori in 20 paesi diversi. Eliminata dal campo discorsivo il registro apocalittico con il quale, di solito, si discutono questi argomenti, resta però da capi-



re la qualità dei lavori che potrebbero essere prodotti nella rivoluzione digitale in corso. Di solito si sostiene che a sparire saranno gli impieghi medio-bassi più ripetitivi, mentre quelli a più alto contenuto di competenze saranno di meno ma più ricercati. Anche su questo punto il rapporto si mostra più equilibrato: il 42% delle mansioni potrebbero essere svolte dalle macchine entro il 2022 (oggi sarebbe il 29%), mentre la forza lavoro potrebbe lavorare una media di 58 delle ore di lavoro entro il 2022, rispetto all'attuale 71%. La natura di queste previsioni è approssimativa ma va compresa alla luce del dibattito tra chi afferma un legame diretto tra l'automazione e la perdita di posti di lavoro e chi attribuisce all'automazione digitale un ruolo nel taglio dei salari e esclude che produca direttamente un calo dell'occupazione. Il rapporto del Wef è prudente: ci sarà sia la proliferazione degli impieghi precari freelance e intermittenti, quelli coordinati via algoritmo sulle piattaforme digitali (la cosiddetta «economia dei lavoretti»: *gig economy*). E ci sarà anche un'intensificazione dell'automatizzazione delle mansioni. Si tratta di una previsione ambivalente che non chiarisce la natura della nuova divisione capitalistica del lavoro in cui la forma generale è quella del lavoro povero o sottopagato, mentre quella tecnologica prevede un'intensificazione del rapporto tra essere umano e algoritmo.

IN QUESTA CONFIGURAZIONE il salario e la qualità del lavoro dipendono dalla «produttività» accresciuta del soggetto, ovvero dalla sua capacità di «riqualificarsi» e di essere accompagnato da tutele per i lavoratori a rischio. È il modello della «formazione continua» del «capitale umano» che obbliga una forza lavoro intesa come «imprenditrice di se stessa» ad essere «attiva» e «motivata» anche quando perde il lavoro e deve cercarsene un altro. L'emancipazione da questo modello alienante passa da una rivoluzione nel nostro rapporto con le macchine, con la loro proprietà e con noi stessi.


A Palazzo Chigi

Tim, Conte vede Conti e Genish Poi Bassanini

di **Federico De Rosa**

Prove di dialogo tra Tim e il governo. Ieri il presidente del gruppo telefonico, Fulvio Conti, e il ceo, Amos Genish sono stati ricevuti a Palazzo Chigi dal premier Giuseppe Conte. Come di prassi, sui contenuti dell'incontro non è filtrato nulla ma nell'agenda di Tim ci sono diversi dossier che incrociano l'interesse del governo, a cominciare dalla rete. E secondo alcune fonti, i due manager ne avrebbero fatto accenno al premier, spiegando, per bocca di Genish, che per accelerare l'upgrade della rete Tim sarebbe pronta a valutare l'acquisto di Open Fiber. Si tratta solo di voci, alimentate forse anche dalla successiva visita a Palazzo Chigi del presidente di Open Fiber, Franco Bassanini, che da qualche tempo ha avviato un buon dialogo con il ministro dello Sviluppo Economico, Luigi Di Maio sul tema della rete. Palazzo Chigi si è limitato a dire che l'incontro con Conti e Genish era stato organizzato per le presentazioni ufficiali tra il vertice di Tim e il presidente del Consiglio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



DOPO L'ASTA PER LE FREQUENZE 5G

Via alla partita della rete

Tim risale in Borsa: +4%

Il premier convoca Conti, Genish e Bassanini a Palazzo Chigi. Il bivio Sparkle e il ruolo di Cdp

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Il Consiglio di Stato ha respinto il ricorso sulla gara Consip

Camilla Conti

■ Il futuro della rete telefonica è sul tavolo del governo che nella partita gioca con la «maglia» della Cassa Depositi e Prestiti, controllata dal Tesoro nonché azionista di Tim con quasi il 5% del capitale. Ieri i vertici del gruppo di tlc - l'ad, Amos genish, e il presidente, Fulvio Conti - hanno incontrato a Palazzo Chigi il presidente del Consiglio, Giuseppe Conte.

Nei giorni scorsi il vicepresidente del Consiglio, Luigi Di Maio, si è detto contrario alla cessione da parte di Tim di un asset strategico come Sparkle, la società che gestisce i collegamenti internazionali. Ma sono necessari nuovi investimenti per 600 milioni per rilanciarla e consentire all'operatore di raggiungere e stare in piedi con 200 milioni di ebitda nei prossimi anni. Tema caldo è anche il piano per lo spinoff della rete che Tim ha presentato all'Agcom e che, secondo quanto annunciato dalla società, dovrebbe completarsi entro la fine del 2018.

È dunque in definizione il progetto per la creazione della newco nella quale conferire le attività da scorporare. Sui dettagli della riunione di ieri a Roma le bocche restano cucite ma subito dopo Genish e Conti lo stesso premier ha visto anche Franco Bassanini, presidente di Open fiber, la società che opera nella banda ultralarga partecipata 50-50 da Enel e dalla stessa Cdp. Il colosso elettrico guidato da Francesco Starace e

la Telecom dell'ex ad di Enel, Fulvio Conti, potrebbero in futuro ritrovarsi a giocare nella stessa squadra con la fusione tra Open Fiber e la rete di Telecom separata dai servizi di telefonia.

La partita politica sulla rete si incrocia con quella sulla governance di Telecom: in vista del cda del 24 settembre, ieri il titolo Tim ha chiuso la seduta a Piazza Affari mettendo a segno un rialzo del 4,01% a 54 centesimi euro riprendendo quota dopo alcune sedute negative anche per la tensione tra Vivendi (azionista con il 23,4%) e il fondo Elliott (8,8%) in merito alla stabilità del consiglio di amministrazione del colosso tlc. Il bilancio degli ultimi sei mesi resta comunque negativo: -32 per cento. Anche in questo campo di gioco, saranno determinanti le mosse di Cdp che in primavera ha appoggiato il fondo Usa e nominato l'attuale cda, mentre Genish era stato scelto da Vivendi, ma al momento è impegnata nel completare il piano industriale da presentare a ottobre.

Nel frattempo, il Consiglio di Stato ha respinto il ricorso di Tim che contestava l'aggiudicazione a Fastweb, Wind-Tre, Tiscali e Vodafone-Bt Italia di una gara Consip da 925 milioni per la fornitura di servizi di telefonia fissa e connettività alle pubbliche amministrazioni. La gara è stata aggiudicata da Consip lo scorso anno e Tim, che si è classificata quarta, si è rivolta prima al Tar e poi al Consiglio di Stato, ritenendo tra l'altro anomale le offerte dei concorrenti. Invece, entrambi i giudici hanno respinto le istanze.



4,9%

È la quota del capitale di Telecom Italia che oggi è in mano alla Cassa Depositi e Prestiti



CONFRONTI

Il presidente di Telecom, Fulvio Conti, nominato dal fondo Elliott. È stato ad di Enel fino al maggio del 2014

IN BREVE**TLC****Vodafone valuta
la cessione di torri**

Vodafone apre il dossier della cessione delle torri europee. Il ceo designato, Nick Read, non ha escluso la possibilità di dismissioni dell'infrastruttura al fine di ridurre il debito da 31 miliardi di sterline.

Attualmente Vodafone utilizza una rete di 110.000 torri in Europa, per una valutazione stimata di 12 miliardi di euro.

Intanto, sul versante commerciale in Italia Vodafone scommette sull'inizio della Champions League per portare nuovi abbonati alla sua Vodafone Tv. La competizione è infatti un'esclusiva Sky, ma varie partite di cartello saranno visibili anche su Vodafone TV.



**IN
BREVE**

EI TOWERS **Ok dell'Antitrust** **all'opa del gruppo F2i**

L'Antitrust ha dato il suo via libera all'Opa lanciata da Ei Towers (F2i al 60%, Mediaset 40%) sulla totalità delle azioni di Ei Towers, perché «non dà luogo a costituzione o rafforzamento di posizione dominante». Mediaset ha già consegnato tutte le azioni all'Opa, cedendo il controllo della società che passerà a F2i, e oggi sono state consegnate anche le azioni proprie detenute da Ei Towers. Le adesioni all'Opa sono al 45,252 per cento. L'opa, il cui obiettivo è il delisting, è stata lanciata al prezzo di 57 euro per azione e si concluderà il 5 ottobre. «La condizione Antitrust del documento di offerta deve considerarsi avverata, a seguito dell'approvazione dell'acquisizione del controllo di Ei Towers da parte dell'offerente».

