

Rassegna del 19/11/2019

Corriere della Sera	37	Patuelli (Abi): «I pagamenti digitali? Frenati dall'evasione fiscale»	<i>Savelli Fabio</i>	1
Sole 24 Ore	2	Abi: non sono i costi ma l'evasione a frenare le card	<i>Serafini Laura</i>	2
Sole 24 Ore	19	Intervista a Victor Massiah - Massiah (Ubi): «Le fusioni bancarie non s'improvvisano» - «Le fusioni non s'improvvisano Il Fintech? In utile con le banche»	<i>Graziani Alessandro</i>	3
Stampa	19	Pagamenti digitali, Italia ultima nell'Ue Patuelli: "Colpa dell'evasione fiscale"	<i>Spini Francesco</i>	5
Secolo XIX	10	Banche all'attacco sui pagamenti elettronici «In Italia i Pos abbondano, pochi li usano»	...	6
Mf	17	Doris scommette sul fintech con PayDo	<i>Montanari Andrea</i>	8
Sole 24 Ore	21	Parterre - Telepass, lavori in corso Nuove offerte a dicembre	<i>C.Fe.</i>	9
Giornale	18	Intervista a Massimiliano Garri - «La mobilità sostenibile è prima di tutto un servizio»	<i>Del Vigo Francesco_Maria</i>	10
Sole 24 Ore	13	Il business del cibo e del vino dai campi all'industria - Food, il business del cibo dall'agricoltura all'industria Tutti i numeri e le eccellenze del made in Italy	<i>Uggeri Giovanni</i>	12
Sole 24 Ore	17	Mattioli: +8% di export dal contrasto ai falsi - L'export frenato, potenziale per altri 45 miliardi	<i>Ganz Barbara</i>	14
Corriere della Sera	39	Piaggio lancia Gita il robot che ti segue (e porta 20 chili)	<i>Scaglioni Alice</i>	16
Sole 24 Ore	14	Da Camozzi la più grande stampante 3D del mondo - Camozzi, una barca in tre giorni con la stampante 3D dei record	<i>Orlando Luca</i>	17
Giornale	30	Alta definizione - Dall' Olivetti a ICO Valley: così l'Italia va nel futuro	<i>MLomb</i>	19
Giorno	25	Automazione e "modello giapponese"	<i>Razzante Ruben</i>	20
Giorno - Carlino - Nazione	14	Ma il cervello va a finire in un cassetto	<i>Strambi Tommaso</i>	21
Repubblica	15	Il Grande Fratello che controlla gli spagnoli spiando i loro cellulari	<i>Oppes Alessandro</i>	22
Repubblica	15	Teheran oscura Internet per frenare la rivolta della benzina	<i>Nigro Vincenzo</i>	23
Sole 24 Ore	24	Faro della Ue sulle norme italiane per incentivare la rete unica	<i>Biondi Andrea</i>	25
Sole 24 Ore	24	Pronte le offerte per Open Fiber e per la fibra di Tim	<i>Festa Carlo</i>	26
Sole 24 Ore	24	«Giù le mani dalla rete Telecom»	<i>A.Ol.</i>	27
Sole 24 Ore	3	Intervista a Luigi Gubitosi - Gubitosi: «Svolta in Tim: ora il debito non è più un problema cronico» - «Apriremo una sede anche in Silicon Valley»	<i>Tamburini Fabio</i>	28
Mf	13	Tim, parte l'iter per il mobile Oi	<i>Follis Manuel</i>	32
Mf	13	Dall'Antitrust ok condizionato a F2i-Persidera	...	33
Messaggero	20	Inwit, ok a fusione con Vodafone Towers	<i>R. Ec.</i>	34
Sole 24 Ore	25	In breve - Huawei Tregua di 90 giorni per Huawei in Usa	...	35

«I Pos sono 3,2 milioni e il costo è in linea con l'Europa»

Patuelli (Abi): «I pagamenti digitali? Frenati dall'evasione fiscale»

DAL NOSTRO INVIATO

RAVENNA «Dovremmo forse dirlo una volta per tutte. In Italia abbiamo due prezzi: uno con l'Iva e uno senza», scandisce Antonio Patuelli nella sala stampa. Silenzio. Nessuno contesta l'affermazione. Che suona difficilmente smentibile. Per stimolare i pagamenti elettronici conviene allora ribaltare il ragionamento. Spostando a valle il potere della filiera. Cioè al consumatore che con i suoi comportamenti di acquisto può favorire i cambiamenti sociali. «Bisogna mettere in concorrenza tra loro gli esercenti. Comprare solo da quelli dotati di Pos adibiti al pagamento delle carte. Non li hai? Vai altrove. Semplice». Patuelli va dritto al punto della questione con una stoccata ai commercianti che lamentano il peso delle commissioni imposte dalle banche.

Patuelli cita la recente audizione di Luigi Federico Signorini, vicedirettore generale della Banca d'Italia, che parla di «una commissione media intorno all'1 per cento del valore della transazione». A conti fatti meno della media dell'Unione europea, registrata all'1,2%. Signorini per la verità riscontra «livelli molto minori per la grande distribuzione che, grazie al peso contrattuale, riesce a ottenere

condizioni più favorevoli». Mentre le «commissioni relativamente maggiori sono quelle applicate ai piccoli esercizi commerciali e ai bar», proprio la categoria che li ostacola. Come «i professionisti e gli artigiani che pagano commissioni in linea con questa media», ha spiegato Signorini. Per Patuelli il valore dell'1% serve a remunerare una filiera variegata. Da un lato c'è l'esercente che si dota di un dispositivo Pos contrattandolo con una banca che ne ricava un margine per ogni transazione effettuata. Dall'altro c'è l'utente che si dota di una carta e ne paga l'uso con una commissione annuale che gira alla banca emittente. Per far dialogare il Pos e la carta ci sono altri due attori. I circuiti, come Visa, MasterCard e Pagobancomat che ne ricavano un ulteriore margine. E gli operatori di processo, come Sia, che garantiscono l'operatività della transazione. Ebbene l'Italia fa registrare un paradosso. Ha il più elevato numero di Pos: 3,2 milioni, a testimonianza della concorrenza tra le banche. Ma ha il numero più basso di operazioni pro capite annue alternative al contante: 111. In mezzo c'è il richiamo fortissimo dell'evasione.

Fabio Savelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

111

le operazioni

pro capite alternative al contante degli italiani. Si tratta del numero più basso in Europa nonostante l'Italia registri il più alto numero di Pos



Al vertice

Antonio Patuelli, 68 anni, presidente dell'Abi verso la riconferma per altri due anni



Abi: non sono i costi ma l'evasione a frenare le card

Il presidente Patuelli:

«In Italia ci sono due prezzi, uno con l'Iva e l'altro senza»

Laura Serafini

«L'Italia è il paese europeo con il minor numero di pagamenti con carte, ma ha il maggiore numero di Pos: sono 3,2 milioni, oltre un terzo dell'intera area euro. Inoltre, tra il 2013 e il 2018 i pagamenti con carte sono aumentati del 71 per cento». Antonio Patuelli, presidente di Abi, esce allo scoperto sulla questione del taglio ai costi delle commissioni per i pagamenti con le carte sul quale è al lavoro il governo. «La minore diffusione di questi sistemi di pagamento rispetto al resto d'Europa non è dovuta ai costi delle commissioni, ma all'evasione fiscale - ha proseguito -. In Italia esistono due prezzi: uno con l'Iva e l'altro senza l'Iva». L'occasione per fare il punto sulla manovra e le misure ad esso collegate è il seminario annuale organizzato dall'Associazione bancaria a Ravenna. Il presidente ha accolto con favore la misura che introduce un credito di imposta sul 30% dei costi delle commissioni per i pagamenti effettuati con carte, sulla falsariga di quanto già previsto per i distributori di benzina. Per questa categoria, però, la percentuale dell'incentivo era più alta e pari al 50 per cento. Non si poteva fare di più? «Quel 30% me lo tengo così com'è perché è un incentivo di sperimentazione, per aumentare i volumi e favorire la concorrenza», ha detto.

Nel corso del suo intervento, Patuelli ha dimostrato numeri alla mano come il costo medio delle commissioni in Italia sia attorno all'1,1 per cento, al di sotto della media europea. E ancora: ha ricordato come quei prezzi vadano a remunerare un'articolata filiera che gestisce il processo di una singola transazione. Dalla banca che emette la carta, alla piattaforma che processa i dati, al circuito di pagamento (le carte) fino alla banca che

riceve l'ordine di acquisto. «Per un mese ho sopportato litanie, civili non religiose, su cosa avrebbe dovuto fare l'Abi. Noi non possiamo dare indicazioni di prezzo agli associati per motivi di concorrenza. Sulle banche vigilano tre Autorità antitrust: quella italiana, la Banca d'Italia-Bce e la Direzione concorrenza europea», ha chiosato Patuelli ricordando il dibattito politico che accompagnò la manovra. I circuiti di pagamento sono uno degli interlocutori chiave dai quali partire per valutare quali margini ci sono per limare quel costo dell'1,1 per cento.

I responsabili nazionali di Visa, Mastercard, Bancomat, American Express, hanno ricordato nel corso dell'audizione che si è tenuta nei giorni scorsi in Parlamento, che sono già state avviate molte iniziative per ridurre i costi. In molti casi attraverso accordi con categorie commerciali, negoziando volta per volta le condizioni.

Il ministero dell'Economia, che nelle scorse settimane aveva cercato di organizzare un tavolo con Abi e gli altri operatori, avrebbe programmato in questi giorni nuovi incontri con i circuiti di pagamento proprio per esplorare quali margini ci sono per ulteriori interventi, soprattutto per le categorie che hanno meno forza negoziale, come piccoli esercizi commerciali e bar. Qualsiasi iniziativa fosse adottata, in ogni caso, seppure nella forma di un protocollo, dovrebbe avere il via libera dell'Antitrust che, al momento, non è stato formalmente coinvolto.

Patuelli ha commentato anche le altre misure previste dalla manovra: in particolare l'articolo che introduce un nuovo rinvio di un anno del beneficio legato alle Dta, ovvero il credito di imposta.

«Non vedo cambiamenti per le banche. Come lo scorso anno, anche in questo siamo costretti a un prestito forzoso infruttifero di 1,6 miliardi con la misura del differimento delle Dta», ha chiosato Patuelli.

«Il credito di imposta del 30% invece che al 50%? Me lo tengo, è un incentivo di sperimentazione»

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'INTERVISTA / 2

Massiah (Ubi):
«Le fusioni
bancarie non
s'improvvisano»

Alessandro Graziani — a pag. 19



«Le fusioni non s'improvvisano Il Fintech? In utile con le banche»



LA PROVOCAZIONE SUL TECH
Investimenti digitali? Se una App sviluppata in un garage costa poco, perché in banca deve costare per forza miliardi?



POLIZZE E PIANO TRIENNALE
Nel primo trimestre del 2020 presenteremo il nuovo piano con scenario di tassi negativi e annuncio in bancassurance

L'INTERVISTA

VICTOR MASSIAH (UBI)

Servono prima analisi serie, non tutte le aggregazioni sono state di successo

Valutare i costi di fusione da spendere subito e l'impatto dei modelli interni di rating

Alessandro Graziani

«Le fusioni tra banche? Non si improvvisano. Servono analisi serie perché la storia ci dimostra che non tutte le aggregazioni sono state di successo». L'amministratore delegato di Ubi Banca Victor Massiah è al lavoro sul piano industriale triennale che la banca conta di presentare nel primo trimestre del 2020. Da mesi in Italia si parla di un riassetto che potrebbe coinvolgere, oltre a Ubi, anche BancoBpm, Bper e Mps. Massiah ci dice che non è tutto semplice. E in questa intervista a IlSole24Ore spiega perché.

Il neo responsabile della Vigilanza Bce Andrea Enria auspica aggregazioni nel settore bancario e preannuncia un approccio più morbido sul capitale ri-

spetto al passato. Accoglierete il suo invito?

A livello di sistema esiste indubbiamente una frammentazione che va superata. Ma servono analisi serie. In particolare con una approfondita valutazione di almeno due elementi di cui si parla poco. Il primo: i nuovi principi contabili internazionali impongono di spendere interamente all'inizio i costi di fusione, che riguardano soprattutto gli esuberanti di personale. Il secondo: la attenta valutazione dei modelli interni di rating delle banche coinvolte e l'impatto della loro armonizzazione sugli indici di capitalizzazione.

Due elementi che sono di impedimento nell'immediato alle fusioni?

Non sono impedimenti. Ma richiedono un attento esame sia per valutare quale sia l'opportunità migliore sia, addirittura, per decidere di non procedere ad aggregazioni in questa fase.

Gli analisti del settore però evidenziano che due buoni motivi per procedere alle fusioni sono i tassi negativi, che frenano la redditività delle banche, e gli investimenti digitali da sostenere. Ogni banca in Europa e nel mondo sta annunciando miliardi di investimenti pluriennali nel digitale. Non sarebbe meglio unire gli sforzi?

Le rispondo con una provocazione: se una App sviluppata in un

garage costa poco, perché in banca deve per forza costare miliardi? Il punto è che trasferire le nuove modalità digitali sulle legacy esistenti richiede investimenti, ma in proporzione alla dimensione delle legacy stesse. E quindi una banca di media dimensione può benissimo sostenerli.

Quanto siete preoccupati della concorrenza delle tante società Fintech che ormai operano anche in Italia?

Bisogna distinguere, il fintech è tante cose. C'è un fintech "tech" che è alleato delle banche, che fornisce tecnologia e servizi e che fa profitti. Altre Fintech intermedie, come è in Italia da tanti anni Mutuonline, che funzionano bene e producono utili ma non disintermediano le banche. E poi ci sono le Fintech "fin", quelle che puntano a sostituirsi alle banche in singoli segmenti di attività. Nei pagamenti hanno sicuramente generato casi di successo, nel banking generano in poco tempo grandi volu-



mi di clienti ma non si intravedono a oggi casi di profittabilità acclarata.

Google si prepara a lanciare conti correnti bancari. Non è ancora Google Bank, ma intanto partono. I Big Tech fanno paura? Se operassero senza regole, sì certo, farebbero paura. Abbiamo visto però che Facebook, con il suo progetto Libra, ha incontrato forti resistenze regolamentari. Credo sia necessario che tutti i player siano sottoposti alle stesse regole. E le regole vadano adeguate al mondo che cambia. Pensiamo alla direttiva Psd2, appena entrata in vigore, che non garantisce la reciprocità tra operatori nell'utilizzo dei dati dei clienti.

Molti gruppi finanziari annunciano di puntare a trasformarsi in data driven company. E anche ai Big Tech, più del business bancario, sembrano interessare i dati dei clienti. Voi banche non vi eravate accordi di essere seduti su un tesoro?

Diciamo che l'intero sistema è stato seduto su questo tesoro di informazioni e non ne ha colto in anticipo le potenzialità. Ma attenzione: usare i dati dei clienti per migliorare il servizio è giusto, mercificarli per arricchire la banca è sbagliato.

L'altro evento "epocale" che danneggia i conti delle banche sono i tassi negativi della Bce, che frenano il margine di interesse. Li trasferirete sui clienti, seguendo l'annuncio di UniCredit?

Allo stato attuale, posso dire con certezza che non trasferiremo i tassi negativi sui depositi dei clienti. Quanto ai prestiti, la nostra politica di rigore sul pricing ci ha forse impedito di cogliere alcune opportunità di impiego ma, rispetto ad altri, abbiamo avuto un impatto negativo minore sul margine d'interesse. Peraltro quasi compensato dalla crescita delle commissioni.

A proposito di commissioni, avete aperto il dossier bancassicurazione. Cattolica si è per ora ritirata dalla gara per diventare il vostro partner unico. L'intesa

con un player per voi rappresenta una fonte importante di risorse per il 2020. Come intendete procedere?

Gli attuali accordi con Aviva e Cattolica scadono a fine 2020. Puntiamo a decidere la nuova partnership già nel piano triennale che Ubi presenterà nel primo trimestre del prossimo anno. E a proposito di tassi, posso preannunciare che prudenzialmente il piano si baserà su uno scenario di tassi negativi per l'intero triennio.

Pensa davvero che non vi saranno cambiamenti di politica monetaria per così tanto tempo? Nel pieno della crisi si sono resi necessari provvedimenti non convenzionali. Ma è ora di riflettere sulla sostenibilità di queste politiche. Tralasciamo per un attimo le banche. L'Europa e il Giappone sono aree del mondo con l'età media della popolazione più avanzata. Si tratta di due sistemi che hanno un welfare utile anche per mantenere la coesione sociale. Tassi negativi per lungo tempo rischiano di mettere in crisi i sistemi pensionistici pubblici e privati.

Soddisfatto del nuovo patto di sindacato tra gli azionisti di Ubi? Diversi ci invidiano gli azionisti che abbiamo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL PERSONAGGIO

Banchiere

Laureato alla Sapienza di Roma inizia l'attività lavorativa nel 1982 presso Andersen Consulting per poi diventare consulente McKinsey. Nel 1997 entra nel Banco Ambrosiano Veneto; a seguito dell'aggregazione con Cariplo diventa responsabile dell'Area Mercato e poi vice dg. Nel 2001 è ad di IntesaBci e.Lab. Nel 2002, entra in Banca Lombarda e Piemontese; diventa dg nel 2003. Dal 2007 è dg in UBI Banca, società che nasce dalla fusione di Banche Popolari Unite e Banca Lombarda e Piemontese e dal 1° dicembre 2008 ricopre la carica di Consigliere Delegato.



Manager. Victor Massiah, amministratore delegato di Ubi Banca

NEGLI STRUMENTI ALTERNATIVI AL CONTANTE CI SUPERANO ANCHE CIPRO, MALTA E GRECIA

Pagamenti digitali, Italia ultima nell'Ue Patuelli: "Colpa dell'evasione fiscale"

Il presidente dell'Abi: "Sanzioni inefficaci, bene gli incentivi". Record di pos nei negozi

FRANCESCO SPINI
INVIATO A RAVENNA

«Vuole pagare con la carta? Allora devo aggiungere l'Iva...». Lo scarso ricorso ai pagamenti elettronici in Italia, secondo Antonio Patuelli, ha una sola spiegazione: «L'evasione fiscale». Il presidente dell'Abi dice che non mancano né le carte, né le macchinette per usarle, i "pos". «Manca la volontà: la verità è che nel nostro Paese abbiamo due prezzi, con il contante e senza, con Iva e senza».

Con appena 111 pagamenti l'anno a testa, contro una media europea di 265, l'Italia, dati del 2018, è fanalino di coda nell'utilizzo di sistemi alternativi al contante (in cui ci sono pure strumenti come bonifici e domiciliazioni), dietro Cipro, Malta e la Grecia, in una classifica dove sveltano Finlandia e Olanda con oltre 500 operazioni pro capite. Le carte, in particolare, nel nostro Paese sono usate per 65 operazioni l'anno contro le 133 del consumatore medio dell'Area euro. Per contro l'Italia, segnala l'Abi nel corso di un seminario a Ravenna, è il paese europeo dal più elevato ammontare medio per ciascun pagamento elettronico: 59 euro, contro i 42 in Ue. Indice «di un ridotto numero di pagamenti con carta per importi contenuti», spiegano dall'associazione delle banche. E mentre il governo nella

Legge di Bilancio punta sul piano «Italia Cashless» per incentivare le card, le banche sostengono come non sia loro la causa dell'amore tricolore per il contante. Le commissioni sui pagamenti applicati ai commercianti, nei numeri di Euro-monitor International, sono in media dell'1,1% contro l'1,2% europeo, si fa notare dall'Abi. Addirittura in Italia c'è il più elevato numero di pos: 3,2 milioni, un terzo delle macchinette dell'intera Area euro. Sono 5.200 ogni 100 mila abitanti, contro i 2.800 medi in Europa. Quanto al loro costo annuo, a seconda delle banche, va da zero a 40 euro. Patuelli esclude che l'Abi possa stabilire nuove soglie tariffarie: «Non siamo la Upm, unico prezzo imposto. Abbiamo assistito in proposito a un mese di litanie fuori luogo: i prezzi amministrati non esistono più. Le banche sono in concorrenza e l'Abi non può e non deve dare ordini alle banche in tema di prezzi».

Né crede, Patuelli, nelle sanzioni. «Siamo contrarissimi alle gride manzoniane: sono inefficaci. Le norme repressive sono velleitarie. Crediamo negli incentivi, nell'educazione civile e nella forza della concorrenza. Prendete me, da quando ho trovato un tabaccaio che mi fa pagare anche le marche da bollo con la carta, dagli altri non vado più». —

© BY NC ND AL QN D RITR SEPRATI



Banche all'attacco sui pagamenti elettronici «In Italia i Pos abbondano, pochi li usano»

Patuelli (Abi): «Il mercato è competitivo e le commissioni sono basse. Il problema del Paese rimane l'evasione fiscale»

RAVENNA

L'Italia malata di evasione fiscale. Le banche che hanno fatto «ogni sforzo» per smaltire i costi della crisi, lavorando a tassi effimeri, in un Paese che negli ultimi cinque anni si è distinto per essere il principale teatro di fusioni dell'Unione bancaria. Antonio Patuelli, presidente dell'Abi, nel corso del tradizionale seminario finanziario di Ravenna parla senza infingimenti dei principali temi economici e anche di se stesso. Il suo prossimo mandato - 2020/2022 - sarà il quarto e l'ultimo. «Sono abituato a scegliere e il mio obiettivo è appartenere alla riserva con Maurizio Sella (ex presidente dell'Abi, ndr) - dice -. Nella vita di cose da fare ne ho e l'ex-portiere della nazionale Giorgio Ghezzi, un romagnolo, mi ha insegnato che le scarpette al chiodo bisogna appenderle nel momento del successo, non quando ti declassano gli altri».

PAGAMENTI ELETTRONICI

Nell'ultimo seminario di Ravenna un focus è stato riservato ai pagamenti elettronici e, numeri alla mano, ai luoghi comuni che mirano a giustificare la loro scarsa diffusione in una Italia «che ha due prezzi» per evadere. Secondo l'Abi la diffusione dei pagamenti elettronici va incentivata, la repressione «è impossibile». Solo l'approccio culturale e la libera concorrenza possono, secondo Patuelli, modificare il comportamento degli italiani: «Se non posso pagare con

la carta cambio negozio».

Con oltre 3,2 milioni di Pos, l'Italia possiede oltre un terzo del totale dei Pos dell'intera area euro: 5.300 Pos ogni 100mila abitanti, contro 2.800 Pos ogni 100mila abitanti dell'Eurozona. Nonostante le commissioni sui pagamenti digitali siano inferiori alla media europea (1,1% contro 1,2%), il numero di operazioni pro-capite annue con strumenti alternativi al contante è fermo a quota 111 contro le 265 della media Eurozona. Dal 2013 al 2018 si è verificato un incremento (+71,6%) del numero di transazioni con carte di pagamento a fronte di una riduzione di assegni bancari e circolari, ma restiamo lontani dagli altri Paesi dell'area (65 operazioni pro capite contro 133).

«Il mercato nazionale - dice Patuelli - è competitivo e le commissioni non pesano sul cliente. Eppure per importi contenuti il numero di pagamenti con carta resta ridotto e vengono preferiti i contanti, anche quando l'alternativa è disponibile. I Pos e le carte abbondano, manca la volontà. Mi è capitato di andare in esercizi che disponevano di più Pos, tenuti tutti rigorosamente nel cassetto. In Italia abbiamo spesso due prezzi, a seconda se si paga o meno in contante. I pagamenti digitali sono scarsamente utilizzati perché c'è l'evasione fiscale. Ho sopportato un mese e mezzo di litanie basate su due premesse sbagliate - aggiunge - una giuridica e una fattuale.

Da oltre 25 anni è stato abolito il Comitato interministeriale prezzi ed esistono plurime autorità a tutela della concorrenza. Chi fa comizi studi e si informa» l'Abi «non può e non deve dare ordini di prezzistica alle banche».

FUSIONI

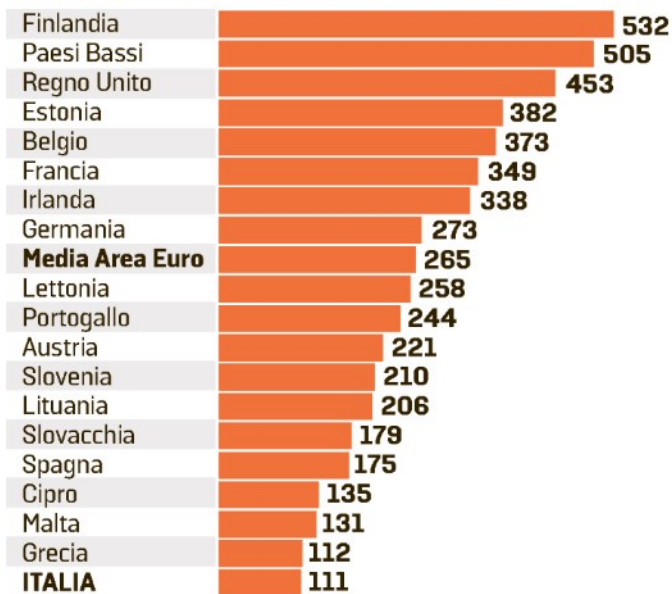
Le fusioni in Europa prima o poi arriveranno, anche non si può indicare il 2020 come l'anno dell'avvio del risiko. Secondo Patuelli l'arrivo di Andrea Enria alla guida dell'Ssm sta portando a una svolta nell'approccio della Vigilanza: «Enria sta realizzando una svolta rispetto alla signora Nouy il cui mandato è stato caratterizzato più dal diniego, prescindendo dal confronto. Enria ha ben presente che per fare le fusioni cross-border serve omogeneizzare le normative tra Paesi membri. Ma se il trilogio (il processo legislativo europeo) è bloccato l'Unione bancaria non può fare miracoli».

CARIGE

Secondo Patuelli la vicenda Carige, che si avvia a soluzione, insegna «che ogni crisi è diversa dalle altre, che le banche devono essere molto prudenti e che la trasparenza non è mai abbastanza. Resistere a una banca malata è complesso - conclude - il mercato bancario è diverso da prima del 2008, quando le banche andavano via a multipli rispetto al patrimonio netto, e vi era una contesa per acquisire a multipli, mentre oggi il problema è esattamente l'opposto».



NUMERO OPERAZIONI PRO-CAPITE ANNUE NEL 2018 CON STRUMENTI ALTERNATIVI AL CONTANTE

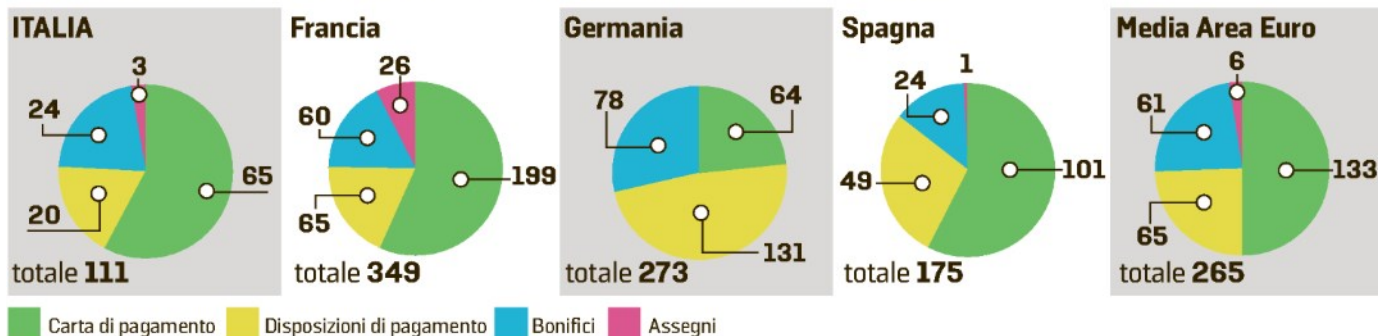


COMMISSIONI CARTE DI CREDITO ESERCENTI, IN %



DIFFUSIONE STRUMENTI DI PAGAMENTO DIVERSI DAL CONTANTE

italia rispetto ad altri paesi europei numero di operazioni annue pro-capite nel 2018



Doris scommette sul fintech con PayDo

di **Andrea Montanari**

Se il core business, Banca Mediolanum, è di stampo tradizionale, la famiglia Doris guarda con attenzione al mondo del fintech. Così il fondatore Ennio, attraverso la sub-holding H-Invest (poi confluita nella cassaforte Finprog Italia), ha deciso di scommettere sul progetto lanciato tre anni fa da PayDo, che ha dato vita a un sistema (Plick) che consente di inviare denaro senza limiti d'importo in tutta Europa, utilizzando solo l'indirizzo email o il numero di telefono del destinatario. A dare vita a PayDo è stato un manager di lungo corso (18 anni) di Mediolanum, Donato Vadruccio (oggi al 57,2%). L'ingresso in scena dei Doris (2,5%) è stato definito di recente, anche perché PayDo ha lanciato un aumento di capitale da 3 milioni per sviluppare il business. A puntare su Plick è stata la stessa Mediolanum (3%). Oltre al banchiere di lungo corso Maurizio Carfagna (5,12%), uomo di fiducia di Doris e consigliere di Mediobanca. Nel capitale della startup tra i 40 soci figurano il dg di Banca Mediolanum, Gianluca Bosisio (4,3%), i dirigenti Antonio Cibin, Caterina Consales e Luinaro Rubertelli, Alessandro Gioffreda (4,7%), manager di Bnp Paribas e la Banca Popolare di Puglia e Basilicata (1%).
(riproduzione riservata)



PARTERRE

Telepass, lavori in corso Nuove offerte a dicembre

Su Telepass lavori in corso. Atlantia, la holding della famiglia Benetton, non avrebbe ancora sciolto le riserve sulla controllata attiva nei sistemi di pagamento automatico del pedaggio autostradale. Le discussioni con i consulenti (gli advisor Goldman Sachs, Mediobanca e Banca Imi) starebbero continuando per capire le migliori modalità di valorizzazione della controllata, soprattutto in termini di progetto industriale.

Nulla sarebbe ancora deciso con certezza dopo il congelamento alla vendita della minoranza di Telepass nello scorso ottobre: ma nel caso la procedura dovesse ripartire, verrebbe a breve decisa una data a dicembre per la presentazione di nuove offerte.

Ci sarebbero tre opzioni a disposizione: in primo luogo far ripartire l'asta sulla minoranza, congelata in ottobre quando in corsa erano ancora la cordata Fsi-Sia-Generali, Warburg Pincus, Partners Group e Apax Partners. In secondo luogo chiedere agli stessi soggetti un'offerta sulla maggioranza di Telepass. Infine, avviare un nuovo processo competitivo, ma aperto anche ad altri player, questa volta sulla maggioranza. A breve la holding dei Benetton dovrebbe decidere. (C.Fe.)



Continuiamo la serie di pagine settimanali sul tema della mobilità del futuro. Con articoli e interventi che vogliono sollecitare il dibattito su come il nostro Paese può innovarsi per dare a tutti delle strutture migliori e maggiore sicurezza. Un progetto portato avanti dal «Giornale» e che

coinvolge aziende e istituzioni del settore. E che sfocerà in un convegno finale il 26 novembre a Milano nel quale i protagonisti del dibattito saranno chiamati a mettere a confronto le idee per trovare un punto comune da cui partire per un progetto che guardi al futuro.

«La mobilità sostenibile è prima di tutto un servizio»

La grande scommessa di Massimiliano Garri, responsabile Innovazione di Acea: «Dalle infrastrutture parte la sfida per l'e-mobility»

LA GRANDE CORSA

Va superato il concetto di «mobility divide»

PARTNERSHIP

La collaborazione con la Luiss per il car sharing elettrico

PIANO INDUSTRIALE

A Roma, entro il 2022, installeremo 2000 colonnine di ricarica

LA STIMA

È previsto un investimento di 20 milioni di euro in questo settore



Il futuro viaggia su quattro ruote. Questo è fuori dubbio. Ma la domanda che si pongono cittadini e addetti ai lavori è: queste quattro ruote da cosa saranno alimentate? Il dibattito sulla sostenibilità dei trasporti e sulla salvaguardia dell'ambiente è uno dei primi punti in agenda di governi, multinazionali, amministrazioni comunali e movimenti politici. E il problema ci riguarda da vicino, perché l'Italia ha un parco auto obsoleto e, di conseguenza, molto inquinante.

Una delle risposte più gettonate a questa domanda sul futuro dei nostri spostamenti è che utilizzeremo vetture elettriche. Ci aiuta a sbirciare nella sfera di cristallo della nuova mobilità, Massimiliano Garri (nella foto accanto), Responsabile dell'area Innovation, Technology & Solutions in Acea, il colosso che da anni si oc-

cupa di energia e reti. «Per noi - spiega Garri - la mobilità elettrica è un tema chiave, c'è ovviamente un tema di necessità delle infrastrutture di ricarica che noi abbiamo chiamato mobility divide».

Come per la fibra ottica?

«Esatto. Come è accaduto per la banda larga: alcune zone erano raggiunte dalla fibra ottica, mentre altre no. Rischiamo che alcune zone siano raggiunte dai servizi e dalle infra-



strutture per la mobilità elettrica a scapito di altre. Questo per noi è un tema importante e sul quale stiamo investendo molto».

È un problema già evidente quello del mobility divide?

«In realtà stiamo rischiando di crearlo. Penso, come dicevamo prima, alla banda larga e alle zone di fallimento di mercato. Nulla di nuovo. Noi intendiamo il concetto di mobilità come un servizio che deve ovviamente generare business, ma dobbiamo provare a trovare un approccio che garantisca l'accesso alla mobilità elettrica a tutta la popolazione. Per noi è prioritario. Banalizzo: non contano solo Milano, Roma e l'Autostrada del sole. I grandi operatori come Acea ritengono fondamentale andare oltre questo concetto delle grandi città. Se lei domani vuole andare a fare un giro turistico e lo vuole fare con un'auto elettrica, ha bisogno che le colonnine non siano solo lungo le grandi direttrici, ma anche nei vari borghi del Paese. Quindi in questo caso si tratta di creare servizi a quei comuni che non possono agire autonomamente, ma hanno bisogno di una partnership».

Certo, ma qual è il reale futuro di questo tipo di mobilità al momento ancora poco utilizzata nel nostro Paese?

«Tutti quanti stiamo aspettando il boom della domanda e siamo tutti concordi nel pensare che questa sia la mobilità del futuro. Il primo step, come è ovvio, è quello delle infrastrutture. Noi abbiamo pubblicato un piano industriale che per la città di Roma prevede investimenti su questo settore per più di venti milioni di euro ed entro il 2022 abbiamo pianificato l'installazione di duemila colonnine di ricarica. Crediamo molto nel business privato, quindi nella necessità di fornire servizi ai cittadini nei garage, nei posti auto. L'infrastruttura di ricarica deve essere facilmente rintracciabile. Ovviamente per poter sopportare questa richiesta di energia tutta la rete dovrà adeguarsi, perché stiamo parlando di un carico che è totalmente nuovo e creerà necessità di cambiamento e di smart electric charge».

Questo riguarda le infrastrutture,

ma per le auto?

«Quello è un mondo che va più verso il servizio di mobilità che di possesso. C'è sempre una maggiore necessità di strumenti integrati di mobilità che permettano usare dall'auto privata a quella in sharing, allo scooter o all'auto messa a disposizione dalla corporate. Tutto deve essere armonizzato e portato in un concetto di mobility as a service».

Al momento sono ancora molto costose...

«I prezzi onestamente non potranno che scendere. Già oggi possiamo dire che per le batterie, in cinque anni il costo si è dimezzato. Quindi ci sono tutti i presupposti affinché il costo si abbassi ulteriormente. È un trend inevitabile. Ma io credo anche che le auto si noleggeranno molto, i grandi player si stanno già muovendo su questo ci sono già aziende che in questo momento hanno più noleggi che acquisti».

Ma queste vetture sono realmente così ecologiche e sostenibili. Qualcuno sostiene che lo smaltimento delle batterie sia molto inquinante?

«Ci sono paper che dicono tutto e il contrario di tutto. Certamente ci sono stati dei problemi penso allo sfruttamento delle miniere di cobalto in Centro Africa o alla disponibilità di Terre Rare da parte della Cina. C'è un tema di attenzione. Ma è anche vero che stiamo vivendo una rivoluzione, un cambio impressionante. In Italia il 40% dei veicoli è Euro 0, immagina quale sarebbe il fattore di vantaggio di conversione all'elettrico rispetto a tutti questi veicoli? Questa è una vera e propria rivoluzione».

Una rivoluzione energetica ma forse anche culturale...

«Certo. Anche per questo siamo stati più che felici di partecipare alla partnership con la Luiss per rendere disponibile una piattaforma di servizi di mobilità. Oggi è possibile gestire la ricarica e lo sharing di auto ma anche prenotare un posto in una navetta utilizzando sempre la piattaforma. Tutto questo per veicolare il messaggio che la mobilità sostenibile è, innanzitutto, un servizio».

Francesco Maria Del Vigo



.food Il business del cibo e del vino dai campi all'industria

Giovanni Uggeri — a pag. 13

DA SABATO

Alimentare. Due pagine settimanali e un sito rinnovato per un settore trainante del sistema produttivo

Food, il business del cibo dall'agricoltura all'industria Tutti i numeri e le eccellenze del made in Italy

Giovanni Uggeri

Su come e quanto mangiare non mancano le informazioni, i consigli, le ricette. Meno si sa dell'economia del cibo, cioè dei numeri, delle imprese, dei coltivatori e delle eccellenze che rappresentano invece un'asse portante del successo del made in Italy. Far conoscere meglio questo mondo è l'obiettivo principale del rinnovato canale Food, online da sabato 23 novembre, e delle nuove pagine settimanali che usciranno su questo giornale dallo stesso giorno.

In Italia l'agroalimentare è tra i primi settori manifatturieri del Paese per numero di imprese e per fatturato: 140 miliardi di euro nel 2018. Il solo valore della produzione agricola ha raggiunto 56,9 miliardi di euro, il più alto dal 2013, la migliore performance nella Ue dopo la Francia a 77,2 miliardi.

Prevalgono le micro e piccole imprese che sono circa il 98% del totale. Anche se le prime 50 imprese del settore per grandezza raggiungono tutte insieme circa 30 miliardi di fatturato (il 22% dell'intero settore).

Nel 2018, secondo i dati Istat,

l'export dell'industria alimentare e delle bevande è stato di poco più di 34,4 miliardi di euro. Tra i volani dell'alimentare italiano ci sono le circa 200 mila imprese e le oltre ottocento denominazioni Dop, Igp, Stg e così via (sulle circa 3 mila nel mondo). La spesa delle famiglie per prodotti alimentari e bevande calcolata dall'Istat è stata pari a 160 miliardi nell'ultimo anno ed è in continua crescita.

I temi dell'alimentazione, della cucina, della cura dei piatti, del mangiar sano e delle diete sono ormai diventati oggetto di conversazione quotidiana e di informazione e approfondimento da parte di tutti i media. Obiettivo del progetto "Food" è anche quello di raccontare storie di eccellenza del made in Italy con focus e case history sui nuovi modelli di sviluppo aziendale, innovazione, ricerca e sviluppo, economia circolare e sostenibilità, tracciabilità e blockchain. E si indagherà anche su come cambiano i consumi, i sistemi di vendita, la distribuzione.

Il cibo e il vino, nei Paesi economicamente e socialmente più sviluppati, non sono più percepiti solo

come generi di prima necessità, ma sono beni di consumo complessi e multidimensionali, che all'alimentazione associano aspetti edonistici e culturali, elementi di connotazione sociale e occasioni di conoscenza.

Tutto ciò rende la domanda di prodotti alimentari meno sensibile al prezzo e più elastica rispetto al reddito, generando nuove opportunità per l'agroalimentare di un Paese come l'Italia, che vanta molti prodotti in grado di soddisfare questo nuovo approccio al cibo. La capacità di allargare oltre i confini nazionali il made in Italy agroalimentare è stata e sarà l'arma vincente per la crescita di molte imprese del settore.

Infine, un ulteriore tema chiave di sviluppo è la sostenibilità. Il paradigma dell'economia circolare offre numerose opportunità dal recupero dei sottoprodotti della trasformazione alimentare per creare materie prime in altre lavorazioni (tessile, altri alimenti, carta) all'innovazione del packaging per sostituire completamente o almeno ridurre l'uso di materiali con maggiore impatto ambientale. Innovare sarà dunque l'imperativo del settore e Food lo racconterà giorno dopo giorno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

140

MILIARDI
DI EURO

Nel 2018 è stato questo il valore del settore agroalimentare in Italia



I CONTENUTI

OBIETTIVO FOOD & BEVERAGE

Dai campi alla tavola

I grandi filoni tematici del progetto Food che ritorneranno sia sulla carta sia sull'online e che corrisponderanno alle sezioni del sito riguarderanno:

ECONOMIA DEL CIBO

Business e lavoro

Notizie economiche sui settori dell'agroalimentare, il mercato delle materie prime, la filiera dai campi e dagli allevamenti alla lavorazione dei prodotti, commercio e consumi, norme e sentenze, sicurezza e certificazione, etichettatura, biologico e ogm, professioni emergenti e mercato del lavoro

AGROINDUSTRIA

I big

Le grandi imprese dell'alimentare, l'industria, l'indotto, le bevande non alcoliche, spirits superalcolici, import-export, industria 4.0, la ricerca e l'innovazione, distribuzione, logistica e macchinari

MADE IN ITALY

Le eccellenze

Le eccellenze italiane, storie d'impresa, i coltivatori e come cambiano le coltivazioni, la corretta alimentazione, ristoratori e imprenditori del food, fiere ed eventi, cultura del cibo

VINO

Filiera ed etichette

Produttori, filiera, vendemmia e vigneti, etichette, brand, cantine, sviluppo e innovazione che riguardino esclusivamente il settore vitivinicolo.

Alimentare. Il settore agroalimentare è tra i primi settori manifatturieri per numero di imprese e fatturato: 140 miliardi di euro nel 2018

Vino. Alla 53esima edizione del Vinitaly di Verona dello scorso aprile hanno partecipato 125mila visitatori e 33mila buyer (+3%) da 145 Paesi

Agrindustria. Dal comparto dolciario ai pastifici molte grandi imprese italiane si sono affermate e con i loro marchi e prodotti sono ormai riconosciuti in tutto il mondo



MADE IN ITALY**Mattioli: +8% di export dal contrasto ai falsi**

«La contraffazione è un danno ingente per le nostre imprese: combatterla significa recuperare oltre l'8% di export». Lo ha detto Licia Mattioli, vicepresidente di Confindustria presentando il Rapporto "Esportare la dolce vita". — a pagina 17

L'export frenato, potenziale per altri 45 miliardi

Contraffazione e Italian sounding dei beni belli e ben fatti sono un danno ingente per le nostre imprese

Licia Mattioli

VICEPRESIDENTE DI CONFINDUSTRIA

COMMERCIO ESTERO

La stima nel rapporto «Esportare la dolce vita» presentato ieri a Vicenza

Accordi commerciali, e-commerce e lotta ai falsi leve per nuovi mercati

Barbara Ganz

VICENZA

Le eccellenze del made in Italy valgono 86 miliardi di euro di export nel mondo, rappresentano il 15,6 per cento delle esportazioni complessive dell'Italia e sono trasversali a tutti i principali comparti.

È il "bello e ben fatto", che vede l'Italia al terzo posto nella classifica internazionale degli esportatori dei beni finali di consumo di fascia alta: si va dalle cosiddette tre F (food, fashion e furniture) a cosmetica, ceramica, nautica e motocicli. Tutti settori che sono stati tra i più dinamici nel recuperare e superare i livelli pre crisi del 2008. L'Italia, inoltre, è prima al mondo per quote di bello e ben fatto venduto nel Legno e arredo, Pelletteria, Calzature, Tessile e abbigliamento. Oltre ai valori attuali, ci sono quelli futuri: il Rapporto «Esportare la dolce vita», presentato ieri a Confindustria Vicenza, stima un ulteriore potenziale di export di quasi 45 miliardi di euro, di cui 33,5 verso i Paesi avanzati e 10,9 verso gli emergenti. In particolare, i Paesi avanzati su cui puntare sono: Stati Uniti (8,2 miliardi di euro), Germania (3,3 miliardi), Giappone (2,6 miliardi), Regno Unito (2,5 miliardi) e Francia (2,1 miliardi). Tra le economie

emergenti i mercati principali risultano Cina (3,3 miliardi di euro), Emirati Arabi Uniti (1,3 miliardi), Qatar (0,8 miliardi), Arabia Saudita (0,8 miliardi) e Russia (0,6 miliardi).

«Il nostro export - spiega Licia Mattioli, vicepresidente di Confindustria per l'internazionalizzazione - è il più diversificato al mondo e questo garantisce la tenuta e la stabilità delle nostre esportazioni. Per trasformare il potenziale del nostro export in effettivo dobbiamo puntare sugli accordi commerciali, potenziare l'e-commerce del made in Italy e contrastare contraffazione e italian sounding».

Il Rapporto mette in luce l'effetto degli accordi che aiutano a creare certezze e favorire gli scambi: a otto anni dall'intesa fra la Ue e la Corea del Sud, che ha abolito il 70% delle barriere tariffarie sui prodotti europei, 165 indicazioni geografiche sono state riconosciute e protette dalle imitazioni: quelle italiane includono 16 prodotti agroalimentari, fra cui salumi e formaggi di qualità e 22 bevande, specialmente vini e altri alcolici. «Nel 2011 c'era chi temeva una invasione di prodotti coreani, la verità è che le nostre esportazioni superano di gran lunga le esportazioni - commenta Beniamino Quintieri, presidente di Sace. Risultati positivi hanno portato anche il Ceta, che ha accresciuto le opportunità dell'export italiano in Canada, in vigore dal settembre 2017, e l'Epa (Economic partnership agreement) del 1. febbraio 2019, con una impennata delle vendite italiane in Giappone.

Eppure non mancano i rischi: «La contraffazione e l'italian sounding dei beni belli e ben fatti sono un danno ingente per le nostre imprese. Combatterli vorrebbe dire poter recuperare oltre l'8% di export per questi prodotti - sottolinea Mattioli - La spesa in beni contraffatti in Italia supera i 7 miliardi, il danno per l'export mondiale arriva a 460 miliardi di euro, il 3,3% del totale». Lo scenario è reso ancora più complesso dalle crescenti spinte protezionistiche, che rischiano di dan-

neggiare molti comparti del made in Italy e di ridimensionare il loro potenziale di crescita verso numerosi mercati di sbocco, a cominciare dagli Usa. «Le difficoltà sono maggiori per le aziende di dimensioni minori: piccolo non è più bello perché sono minori le possibilità di avere personale dedicato e risorse per il marketing - dice Alberto Forchielli, fondatore di Mandarin Capital partners - Molti fondi oggi stanno lavorando sulle aggregazioni, dal caffè alle piastrelle».

Esportare è una impresa che richiede tempo e investimenti, ricorda Michele Bauli, presidente dell'omonima azienda del dolciario veronese: «Servono strategie mirate: per i dolci da ricorrenza come il panettone, ad esempio, il target sono gli italiani all'estero, che poi diventano coloro che fanno assaggiare e conoscere il prodotto anche agli amici. Se invece penso ai prodotti continuativi, come cracker e biscotti, occorre distinguersi fra una grande massa di competitor e fare lo sforzo di avvicinarsi ai gusti del mercato prescelto: noi produciamo croissant in India, la confettura di albicocche e ciliegie cede il passo a quella di mango».

Mario Moretti Polegato, presidente di Geox, punta su innovazione, formazione, tecnologia: «Serve un rapido adattamento culturale delle imprese. Al nostro interno fin dall'inizio abbiamo creato delle vere e proprie scuole. E poi occorre trovare una alternativa alle piattaforme che oggi vendono i prodotti e di fatto possiedono i nostri clienti: si può fare alleandosi, anche fra piccole imprese: se io riesco a conoscere e ac-



quistare il miele da un piccolo produttore della Nuova Zelanda significa che si può fare».

Luigi Luchetta, Coo di Barovier & Toso, racconta di come una azienda storica - fondata nel 1295 - ha saputo rinnovarsi: oggi vende il 95% dei suoi lampadari all'estero, producendo a Murano come da tradizione «con tutte le difficoltà del caso: pochi giorni fa ho spalato l'acqua alta entrata nel nostro negozio. Ma oggi comunichiamo via Pinterest e Instagram, e sui nostri prodotti alle lampadine, con uno sforzo ingegneristico, stiamo sostituendo i led».

Il Rapporto, alla sua decima edizione, arriva per la prima volta in Veneto: «Un riconoscimento al ruolo che gli esportatori veneti e vicentini hanno acquisito e consolidato nel panorama industriale italiano - dice il padrone di casa Luciano Vescovi - Alle

nostre esportazioni dobbiamo molto: dal 2009 ad oggi solo questo ha tenuto a galla l'economia italiana. Lo sottolinea in un momento in cui condividiamo, tutti, più di qualche preoccupazione». A Enrico Carraro, presidente di Confindustria Veneto alla sua prima uscita pubblica, le conclusioni: «Io sono nato in quel periodo dove a Nordest si parlava molto e bene del "piccolo è bello". Ma quando anche il mondo è diventato "piccolo", ci siamo accorti che vendere oltre regione e oltre i mercati europei non bastava più, scoprendo di non avere le dimensioni adatte - mi riferisco ad aziende, Università, banche - per confrontarci ad armi pari con concorrenti agguerriti. Siamo riusciti a esportare grazie alla nostra volontà imprenditoriale, ma ci è mancato il sistema-Italia. Quando ci sono gli incontri internazionali, ad esempio, la delegazione tedesca è

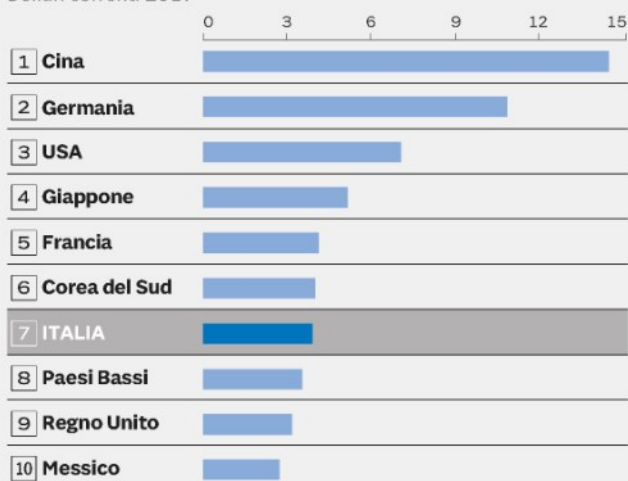
guidata dalla Merkel, noi invece solitamente siamo da soli. Molte delle nostre aziende lavorano per colossi francesi e tedeschi: il lavoro di migliaia di operai specializzati ed artigiani, il loro valore aggiunto, la loro professionalità, il margine che creano, lo deleghiamo ad altri. Sia chiaro, abbiamo delle vere eccellenze, ma sono casi sempre più isolati. Non ce la possiamo fare da soli, abbiamo bisogno della politica, di costruire insieme proposte, progetti che vengano regolamentati in maniera chiara ed efficiente». Fa riflettere, poi, il dato dell'agglomerato tedesco che vende più di quello italiano: «Questo accade perché loro hanno piattaforme logistiche e catene distributive e perché fanno sistema per supportare anche i settori in cui sono meno competitivi, come il food. È qualcosa a cui dobbiamo pensare», conclude Carraro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le classifiche

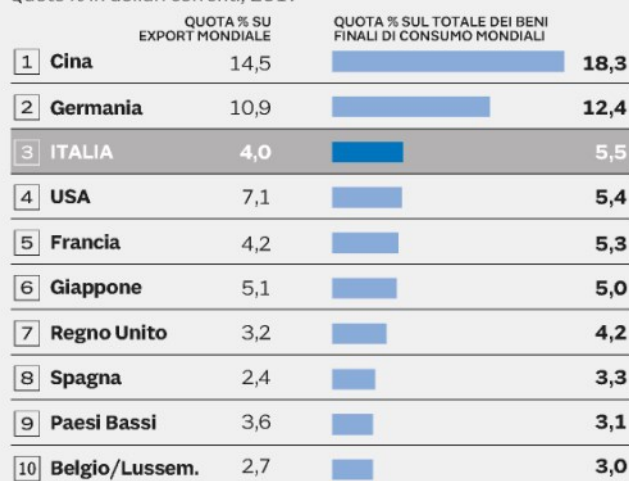
ITALIA SETTIMA NEL MONDO PER QUOTA DI EXPORT

Quote di mercato % sulle esportazioni di beni
Dollari correnti 2017



RESTRINGENDO IL CAMPO AI BENI FINALI DI CONSUMO: L'ITALIA È TERZA

Quote % in dollari correnti, 2017



Innovazione

Piaggio lancia Gita il robot che ti segue (e porta 20 chili)

50

dollari

La somma in beneficenza per ogni robot venduto

Chi non ha mai sognato di avere un robot personale che lo segua ovunque? Che sia merito della serie televisiva *The Jetsons* o del lungometraggio della Disney *Wall-E*, il robot è entrato nell'immaginario comune. E da ieri è realtà. Piaggio Fast Forward (Pff), la società robotica del gruppo Piaggio che sta rivoluzionando la mobilità attiva leggera guidata dal presidente Michele Colaninno, ha avviato la commercializzazione di «Gita», gioiello della tecnologia presentato alcuni mesi fa e finalmente in vendita al prezzo di 3.250 dollari. Al momento, però, solo sul mercato americano, dove la circolazione dei robot per le strade cittadine è già disciplinata. Per l'Europa bisognerà attendere ancora qualche tempo. Ma ieri il gruppo ha annunciato anche la prima limited edition del robot di casa Piaggio, in collaborazione con (Red), l'associazione no profit che si occupa di raccogliere fondi per la lotta all'Aids. Gita (Red) — questo il nome della capsule collection — è stato in vendita esclusivamente ieri sul portale Amazon.com/Red. La società ha

fatto sapere che per ogni Gita (Red) venduto è stata devoluta una cifra pari a 50 dollari per attività e cure salvavita contro l'Hiv e Aids, come test, consulenza, trattamenti e prevenzioni. Il robot «rosso» ha tutte le funzionalità del classico Gita: trasporta gli effetti personali, consentendo all'utilizzatore di interagire con le persone a testa alta e a mani libere. «La partnership con (Red) ci consente di offrire un prodotto incredibile che farà sentire gli acquirenti maggiormente soddisfatti grazie anche all'impatto che l'acquisto di Gita (Red) avrà su moltissime persone affette da Hiv e Aids nell'Africa subsahariana. E di questo ne siamo molto orgogliosi», ha detto Greg Lynn, ceo di Pff. La partnership tra il gruppo Piaggio e l'organizzazione non profit è stata avviata oltre 3 anni fa con

prodotti Vespa. In questi anni, Piaggio ha devoluto oltre 350 mila dollari al Global Fund per combattere l'Aids con (Red), garantendo così poco meno di due milioni di giorni di cure salvavita contro l'Hiv. A partire dal 2020 la gamma Vespa includerà anche un nuovo prodotto, (Vespa) Red Primavera, che contribuirà ulteriormente a incrementare le donazioni al Global Fund.

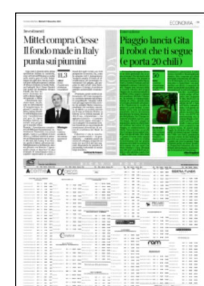
Alice Scaglioni

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Su strada

Gita, il nuovo robot realizzato da Piaggio Fast Forward, in America costa 3.250 dollari



Da Camozzi la più grande stampante 3D del mondo

Luca Orlando — a pagina 14

Camozzi, una barca in tre giorni con la stampante 3D dei record



LODOVICO CAMOZZI
Presidente e amministratore delegato del Gruppo Camozzi

INNOVAZIONE

Dal gruppo bresciano la tecnologia per l'impianto più grande al mondo

In poche ore può realizzare pezzi in materiali hi tech lunghi fino a 16 metri

Luca Orlando

L'alleanza con Berkeley. Le collaborazioni con l'Istituto Italiano di Tecnologia o con il Politecnico di Milano. E poi l'inserimento massiccio di laureati in matematica e data scientist, non certo la scelta più frequente tra le aziende della meccanica, soprattutto un paio di anni fa.

«Se però vuoi restare un passo avanti agli altri - spiega Lodovico Camozzi - la strada obbligata credo sia proprio questa».

Progresso visibile nel nuovo traguardo tecnologico raggiunto dall'omonimo gruppo, 430 milioni di ricavi nell'automazione industriale e oltre 2500 addetti nel mondo, capace di sviluppare un unicum su scala globale: la più grande stampante 3D del pianeta (MasterPrint), in grado di realizzare in modalità additiva pezzi delle dimensioni mai raggiunte prima. «Il costo? Negli allestimenti più complessi - spiega Camozzi - può arrivare anche a dieci milioni di euro». A dispetto del prezzo, non certo da saldo, di questi oggetti il gruppo è già stato in grado di venderne cinque, con nuove commesse in corso di realizzazione. Clienti interessati poco o nulla all'inserimento nel Guinness dei primati, attratti piuttosto dalle nuove possibilità aperte da questa tecnologia.

Sviluppata da Ingersoll, controllata Usa di Camozzi, in partnership con Oak Ridge National Laboratory, la MasterPrint è in grado di stampare in modo additivo pezzi composti di grandi dimensioni, fino a 16 metri di lunghezza, 2,5 di altezza, larghi oltre cinque metri.

Un esempio, anche in questo caso da Guinness, è l'imbarcazione più grande del mondo prodotta in 3D dall'ultimo acquirente, l'Università del Maine, che ha commissionato il colosso hi-tech lungo 18 metri e largo sette. «Parliamo di realizzazione di pezzi finiti - spiega il presidente e amministratore delegato del gruppo - non di prototipi. Il che, per il cliente, significa poter abbattere in modo drastico non solo i costi ma anche i tempi di progettazione e quelli realizzativi: in 72 ore siamo riusciti a produrre un'imbarcazione da due tonnellate, altri metodi avrebbero richiesto svariate settimane».

Il vantaggio si estende anche alla fase di progettazione, perché utilizzando lo schema del digital twin, il gemello digitale, è possibile di fatto testare in corso d'opera il prodotto, eliminando tutte le fasi di "trial and error" che caratterizzano i processi tradizionali, dove si procede per miglioramenti successivi prima di arrivare al risultato finale. Il lavoro della maxi-stampante avviene in più fasi, partendo dallo stampo a estrusione e attivando in un secondo momento mandrini in grado di effettuare le necessarie lavorazioni. Per poi cambiare ancora una volta la testa selezionando quella che deposita il materiale, in questo caso fibra di carbonio.

Risultato che apre scenari nuovi anche nel settore dell'aeronautica, dove la progettazione e produzione di parti di fusoliera o ali viene oggi realizzata in leghe particolari che richiedono anche mesi di lavoro. Parti hi-tech che in futuro potranno sfruttare questa tecnologia, che ha una evidente matrice italiana.

«Si tratta in effetti di un successo di gruppo - spiega Camozzi - perché lo sforzo in atto è quello di mette-

re a fattor comune ogni sviluppo tecnologico delle diverse unità, una sorta di "libreria" a cui ogni nostra azienda può accedere. La piattaforma cloud utilizzata per la gestione remota, ad esempio, è stata realizzata a Brescia. Così come made in Italy sarà il 25% dei componenti della MasterPrint che porteremo entro un anno a Milano: sarà la prima di questo genere in Europa».

Sbarco previsto in via Rubattino, sede della storica Innse, azienda meccanica salvata dieci anni fa dalla chiusura e rilanciata progressivamente con nuove iniezioni di tecnologia, dove il nuovo impianto lavorerà sia per produrre singoli pezzi finiti richiesti da clienti ma anche prototipi. Il luogo della protesta del 2009, con gli operai asseragliati in cima ai carroponi, grazie ad un accordo siglato pochi mesi fa con il Politecnico di Milano si trasforma così oggi in palestra per nuovi ricercatori e applicazioni nella robotica avanzata, nella sensoristica di ultima generazione, nella manifattura additiva.

Un esempio all'interno di un percorso più ampio di gruppo che testimonia come i risultati non arrivino affatto gratis, imponendo invece investimenti rilevanti in ricerca e sviluppo (32 milioni lo scorso anno), destinati in parte proprio a sviluppare collaborazioni con università e centri di ricerca.

«L'idea - spiega Camozzi - è quella di attivare un sistema di antenne, di tentacoli verso l'esterno in grado di attingere ai migliori serbatoi del know-how. In California, all'it Genova e al Politecnico di Milano allochiamo parte delle nostre persone. Volen-



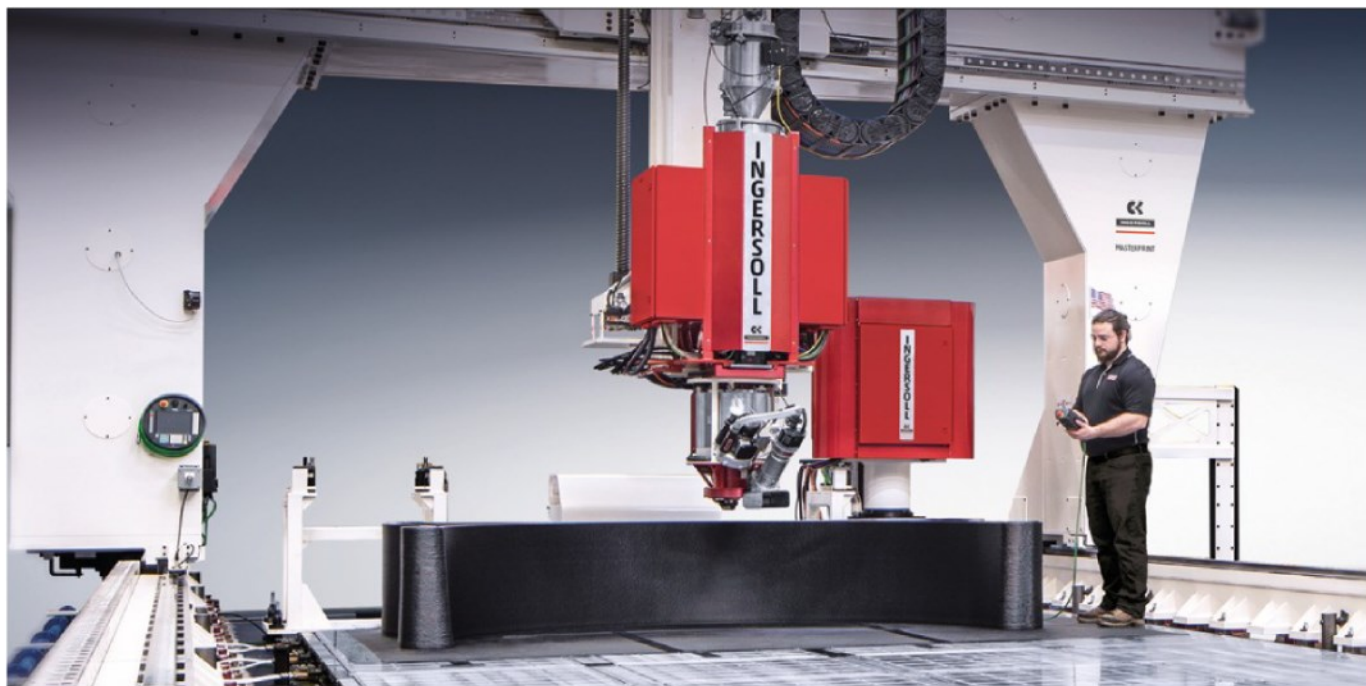
tieri, per la verità. Perché alla fine i risultati arrivano».

Come dimostra l'atro successo recente del gruppo, la conquista di una maxi-commessa da 135 milioni di dollari per produrre il meccanismo di precisione da 1.300 tonnellate di acciaio che dovrà sostenere la parte ottica e gli specchi del Giant Magellan Telescope, struttura a infrarossi di ultima generazione. Il film d'olio su cui scorreranno i meccanismi è spesso solo 50 micron e la tecnologia idro-

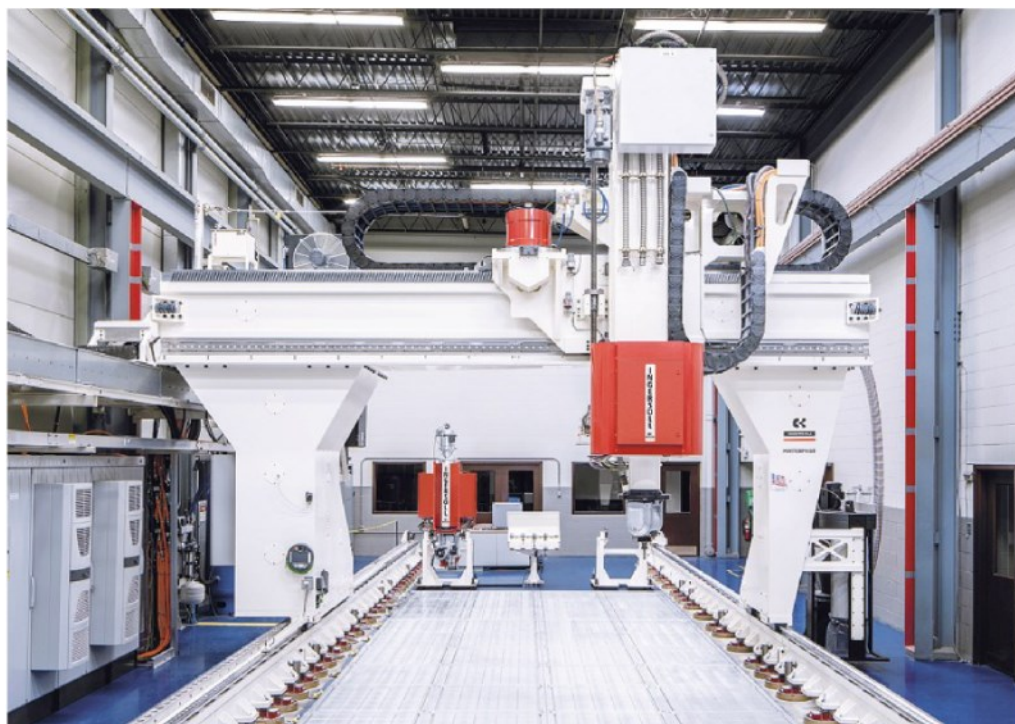
statica di riferimento sfrutta brevetti del gruppo.

A fine anno, crisi internazionali permettendo, Camozzi punta a crescere ancora di qualche punto, passando dai 419 milioni del 2018 a quota 430. Con altre assunzioni in arrivo, che andranno ad irrobustire in particolare la squadra hi-tech, una quarantina tra matematici, ingegneri informatici e data scientist. Perché la frontiera dell'automazione industriale oggi è qui.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alta tecnologia. MasterPrint, la più grande stampante 3D mai realizzata, sviluppata dal Gruppo Camozzi. Produce pezzi lunghi 16 metri, alti 2,5 e larghi più di 5



Stampante di frontiera. MasterPrint, la più grande stampante 3D mai realizzata, sviluppata dal Gruppo Camozzi: è in grado di stampare in modo additivo pezzi compositi di grandi dimensioni, fino a 16 metri di lunghezza, 2,5 di altezza e larghi oltre cinque metri

ALTA DEFINIZIONE

IL PROGETTO A IVREA

Dall'Olivetti a ICO Valley: così l'Italia va nel futuro

■ Recuperare un luogo storico della tecnologia e farne il centro del made in Italy del futuro. Virginia Tiraboschi è senatrice e le buone idee non hanno colore politico. Sono buone e basta, soprattutto se fanno bene a tutto il Paese. ICO Valley è il suo progetto: recuperare i 400mila metri quadri che hanno fatto grande l'Olivetti a Ivrea per farlo diventare un hub per il nuovo miracolo italiano. Quello in cui il mondo analogico e quello digitale si fondano per creare la ricchezza di una nazione: «Sono stata eletta in questo collegio e subito ho pensato come ricostruire un'area che pesava economicamente sugli attuali proprietari. Col rischio che decidessero di disfarsene. Invece ora ci sono diversi investitori molto interessati».

Moda, design, food, artigianato. Ma anche cultura e ambiente. Il made in Italy appunto, ciò che siamo stati capaci di far conoscere al mondo ma che facciamo fatica a far crescere. «Va creato un nuovo modo di pensare lo sviluppo. E l'idea è di far nascere un'Accademia Na-

zionale del Digitale che possa formare le professionalità del futuro. Perché in Italia alla formazione non si pensa: si crede che basti quanto imparato a scuola. E invece qui vogliamo inventare i manager di domani. Anzi: un nuovo tipo di manager». Il progetto della senatrice Tiraboschi è davvero innovativo: dare la spinta all'industria e agli artigiani per far levitare il valore del brand Italia grazie alla tecnologia. Ma facendo in modo che sia sempre l'Uomo a governarla. «Per i dati del Mise il 65% dei bambini a scuola nel 2040 faranno un lavoro che oggi non esiste. Ecco: io vorrei creare il Chief Growth Manager, il manager della crescita. Che nasce dal digitale ma poi si occupa di una nuova visione umanistica delle aziende. Per questo ICO Valley avrà una Fiera permanente e metterà a disposizione una piattaforma multimediale. E l'idea finale è un Amazon del made in Italy, per dare la vetrina sul mondo a imprese e start up». E dare forma a una bella idea.

MLomb



VIRGINIA TIRABOSCHI La senatrice motore dell'idea



Economia digitale

Automazione e "modello giapponese"

Ruben Razzante*



Intelligenza artificiale e innovazioni radicali possono neutralizzare gli effetti del "malessere demografico". La ricetta arriva dal Giappone e potrebbe sfatare il luogo comune italiano che in maniera semplicistica addebita all'automazione la distruzione di posti lavoro.

Come scrivono Antonio Golini e Marco Valerio Lo Prete in "Italiani poca gente" (Luiss University Press), quello italiano è ormai un "malessere demografico" conclamato che, tra bassissima natalità e intenso invecchiamento, da oltre vent'anni sta modificando in profondità la nostra società. Nel 1980 in Italia c'erano 17 milioni di under 20 e 10 milioni di over 50; 35 anni dopo, nel 2015, il rapporto si è invertito: abbiamo 10 milioni di under 20 e 17 milioni di over 60. L'impatto sulla forza lavoro giovanile è imponente: se nel 1998 gli occupati con un'età compresa tra i 15 e i 34 anni in Italia erano 7,6 milioni (su 16,5

milioni di 15-34enni), oggi i giovani lavoratori sono 5,1 milioni (su 12,5 milioni di giovani). Dunque, soprattutto per effetto della bassa natalità, in vent'anni abbiamo perso un giovane occupato su tre. È in un contesto simile che occorre valutare gli effetti delle innovazioni radicali, robotica in testa, sul mondo del lavoro. Un Paese come il Giappone lo ha capito, fin dagli anni '90, quando è diventato il principale utilizzatore di robot nel comparto manifatturiero. Oggi Tokyo esporta robot industriali per un valore di 1,6 miliardi di dollari l'anno, più della somma dei suoi cinque principali concorrenti (Germania, Francia, Stati Uniti, Corea del Sud e Italia), e primeggia nell'Intelligenza artificiale applicata. Così, a fronte di una forza lavoro che si assottiglia a causa delle culle vuote, i settori del manifatturiero nipponico a maggiore "densità d'automazione" – automotive ed elettronica in primis – hanno guadagnato in produttività e continuano a farsi largo nei mercati internazionali.

**Docente di Diritto dell'informazione all'Università Cattolica di Milano*



Un clic per ogni risposta

Ma il cervello va a finire in un cassetto

**Tommaso
Strambi**

Chissà come faranno ora i pisani. Davanti al minimo ostacolo, da secoli, si rifugiano nel loro proverbiale: «è un lavorone». Un modo per alzare bandiera bianca. Sempre. Ma, ora che WikiHow promette di offrire ogni tipo di soluzione ai problemi più disparati, dovranno arrendersi di fronte al manuale del Terzo Millennio. Già, perché basta digitare sul motore di ricerca del proprio computer (ma anche del tablet o dello smartphone) la pagina di accesso della «comunità aperta» fondata dall'imprenditore Jack Herrick e niente sarà più impossibile: dal preparare un uovo al tegamino al farsi il nodo della cravatta, mica robetta. Ma anche cose più difficili: «perdere peso velocemente» o «trovare un fidanzato in una settimana». Semplice come un clic. Appunto. Per il resto basta seguire le istruzioni che migliaia di persone riversano ogni giorno nel più grande «manuale di istruzioni pratiche». Un gioco da ragazzi. Così quello che una volta veniva tramandato di

generazione in generazione, con l'esempio quotidiano o con lo studio, è lì pronto all'uso. Ma a quale prezzo? Già, perché a forza di trovare le soluzioni con un clic abbiamo dimenticato le operazioni più semplici. Basta soffermarsi un attimo alla cassa del supermercato: 5-3 euro? Il cassiere va subito nel panico e ricorre alla benedetta calcolatrice per dare il resto. Come ci si allaccia le scarpe? Si comprano quelle con il velcro, perché faticare? Non si è contenti? Ecco che arriva un video tutorial che ci 'insegna' la felicità. «Che problema c'è?». Una connessione internet, un clic ed ecco che qualsiasi problema è superato. Proprio come insegna la rivoluzione di Herrick che non solo ha creato un 'manuale d'istruzioni', ma soprattutto una 'comunità aperta' in cui ognuno fornisce 'migliori soluzioni pratiche' al mondo intero: gratuitamente. Ma non per Herrick, visto che la sua comunità si allarga a dismisura e genera profitti. E non c'è argomento che non possa essere affrontato e, soprattutto, risolto. Basta chiedere, WikiHow trova la giusta risposta. E il cervello finisce in un cassetto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Polemica per una ricerca dell'istituto di statistica

Il Grande Fratello che controlla gli spagnoli spiando i loro cellulari

di **Alessandro Oppes**

Attento, il grande fratello ti spia. Ma in questo caso, non è attraverso l'occhio di una telecamera: basta avere in tasca un telefono cellulare, e nulla sfugge al controllo. Da ieri mattina, per quattro giorni (più altri 4 nelle prossime settimane e mesi) tutti i cittadini spagnoli parteciperanno loro malgrado a una ricerca dell'istituto nazionale di statistica organizzata con una modalità diversa da quella tradizionale: non più l'intervista telefonica o la compilazione di formulari, ma un controllo capillare affidato alla rete di telefonia mobile.

L'obiettivo dell'Ine (l'Istat locale) è fare una radiografia degli spostamenti degli spagnoli, sia nei giorni feriali (per stabilire la distanza del luogo di lavoro, o di studio, da quello di residenza) sia in quelli festivi o in estate (per vedere dove e per quanto tempo vanno in vacanza). Per questo l'ente pubblico ha incaricato - e pagato - le tre grandi compagnie di telecomunicazioni che si spartiscono la stragrande maggioranza del mercato spagnolo, Movistar, Vodafone e Orange, per avere accesso ai dati degli utenti della telefonia mobile. Un telefonino che si sposta lascia traccia, che ci piaccia o no. Anche se si disattiva il Gps, perché la registrazione dei dati non avviene via satellite ma attraverso il controllo delle celle della rete mobile. A meno che non si decida di lasciarlo spento il telefono o di metterlo in modalità aereo: e sono proprio queste le

due opzioni più semplici suggerite dagli esperti a chi voglia sottrarsi all'indagine.

Un'altra possibilità è quella di non utilizzare la rete 4G ma solo la connessione WiFi. Due delle tre compagnie forniscono anche indicazioni su come evitare il controllo durante le giornate in cui si svolge l'inchiesta: Vodafone lo fa attraverso la app dove, alla voce "permessi e preferenze", bisogna attivare la scelta "non accetto che Vodafone ceda i miei dati anonimi". I clienti di Orange devono inviare una mail alla sezione "protezione dati", mentre Movistar non offre nessun diritto di recesso. Tutti però (tanto l'istituto di statistica come gli operatori) assicurano che si tratta di dati "anonimi e disaggregati", che quindi non permettono di identificare gli utenti. «Il segreto statistico è il nostro marchio di garanzia», ha affermato il portavoce dell'Ine. Spiegazioni che tuttavia non convincono l'Agenzia protezione dati, che ha chiesto di conoscere nei dettagli il protocollo siglato con le compagnie telefoniche per l'utilizzo delle informazioni raccolte. E le principali associazioni spagnole dei consumatori, Ocu e Faccua, ricordano preoccupate che «la localizzazione è un dato personale protetto dalla legge».

La questione è delicata: i dati oggi utilizzati per un innocuo lavoro statistico, domani potrebbero essere impiegati per sapere chi frequenta la sede di un'organizzazione politica, chi va in chiesa, chi va in ospedale per farsi curare. Dati sensibili sempre più difficili da tutelare.



Teheran oscura Internet per frenare la rivolta della benzina

Il regime degli ayatollah blocca i social media mentre continuano le proteste per l'aumento del carburante
Si fermano anche le app per i tassisti e i negozi online: possibili conseguenze per l'economia

di **Vincenzo Nigro**

Per fermare la "rivolta della benzina", il governo iraniano ha fatto immediatamente una cosa: ha staccato Internet. Iniziata venerdì scorso per il raddoppio del prezzo del carburante, la protesta era in incubazione da mesi: le condizioni economiche con le sanzioni americane hanno portato all'esasperazione buona parte della popolazione. In questi anni i dirigenti iraniani hanno seguito le proteste esplose ovunque nel mondo, innanzitutto le "primavere arabe". Per cui da venerdì hanno agito rapidamente: bloccando di fatto Internet hanno scollegato i social media su cui gli iraniani leggono le notizie e si scambiano informazioni in tempo reale. Hanno provato per il momento a prosciugare il fiume di informazioni che alimenta ogni ribellione. Le notizie sugli scontri, sulle convocazioni per nuove manifestazioni, le informazioni sui morti circolano lo stesso, ma con enorme ritardo. Così il presidente Rouhani e la guida suprema Ali Khamenei sperano di evitare che la protesta continui a diffondersi, a propagarsi come nel dicembre 2017.

Stavolta però il blocco di Internet avrà ripercussioni non seconda-

rie. In pochi anni, in alcuni casi pochi mesi, l'Iran ha fatto un incredibile balzo in avanti nella digitalizzazione. Soprattutto nel settore del commercio. A Teheran si gira in taxi grazie a Snapp, la Uber iraniana: 100.000 autisti sono registrati sulla piattaforma, ci sono 1.200.000 corse al giorno, soprattutto a Teheran dove la app iniziò il suo lavoro nel 2016 con 100 corse al giorno. Snapp Iran ha bisogno che funzioni Internet, così come Waze, la app che gli iraniani hanno copiato per il traffico. Un servizio che in una megalopoli da 10 milioni di persone è essenziale come l'ossigeno.

Altra applicazione limitata in queste ore è Digikala: è un clone iraniano di Amazon, simile anche nell'efficienza. Con una differenza: Digikala è diventata una sorta di servizio sociale offerto alla popolazione di Teheran. I due fratelli gemelli che l'hanno fondata nel 2007, Hamid e Saed Mohammadi, all'inizio hanno dovuto pagare l'ostilità delle autorità. Poi i capi e capetti del regime hanno capito che Digikala è un sostegno dal settore privato al miglioramento delle condizioni di vita. Capace di consegnare pacchi nel 90% del Paese, di recapitare la spesa a casa in 3 ore a Teheran.

Altro servizio bloccato in queste

ore è Alopeyk, i tassisti in motocicletta popolarissimi in Iran, e che a Teheran - anche loro - consegnano cibi cotti e la spesa alimentare oltre a portare le persone. Con Alopeyk e Snapp i cittadini, e soprattutto le donne, riescono a chiamare taxi privati più sicuri sull'identità e sul comportamento di uno dei 600 mila autisti registrati in tutto il Paese.

Tutto questo al momento è fermo o rallentato. La rivolta è stata innescata dal prezzo della benzina, ma la ragione è nella recessione prodotta dalle sanzioni Usa. Quest'anno il Pil è crollato del 9,1%, economisti che lavorano all'Fmi dicono che "le condizioni economiche sono simili a quelle durante la guerra Iran-Iraq". Il Paese esportava 2.400 milioni di barili al giorno: adesso sono 2/300 mila, quasi nulla viene più esportato proprio per le sanzioni minacciate dagli Usa a chi compra petrolio iraniano.

Siccome la crisi si vedeva da lontano, e una rivolta c'era già stata nel 2017, la polizia e i "basiji" si sono fatti trovare pronti. Hanno subito chiuso Internet, e anche per questo nessuno sa per davvero come stanno andando le cose. Ieri le notizie arrivate col telefono parlano di decine di morti in tutto il paese, nelle città delle regioni più sperdute. Un bilancio serio per il momento però è difficile.

La scheda

Le ripercussioni della crisi

1

L'economia

Le sanzioni Usa hanno portato a una dura crisi economica: nell'ultimo anno il Pil è sceso del 9,1%. L'Iran esportava 2.400 milioni di barili di petrolio al giorno: ora 2/300 mila

2

Le proteste

Sono partite per dire no all'aumento del prezzo della benzina: ma si sono poi estese per trasformarsi in un'ondata contro il regime. Qualcosa di simile era accaduto già 2 anni fa

3

Le conseguenze

Il governo ha bloccato Internet: mezzo per chiamare alla rivolta nel 2009, oggi è un supporto alla vita quotidiana dell'Iran. Lo dimostrano le tante app anti-traffico





▲ **Le città della protesta**

Cittadini attorno a un autobus dato alle fiamme durante le proteste nella città di Isfahan, Iran centrale

STRINGER/EPA

Faro della Ue sulle norme italiane per incentivare la rete unica

TLC**In una lettera al Governo chiesti chiarimenti sul 50-ter del Codice comunicazioni****Alleggerimenti regolatori e remunerazione sotto la lente dell'Europa****Andrea Biondi**

«Le scrivo in merito agli emendamenti introdotti nel Codice delle comunicazioni elettroniche». Inizia così la lettera inviata dalla Commissione Ue, partita dalla Direzione generale Reti, allo Stato italiano. Il tema è quello degli alleggerimenti regolatori previsti dalle norme italiane in caso di aggregazione volontaria delle reti in fibra. Norme che, dalla lettera visionata dal *Sole 24 Ore*, sono ritenute potenzialmente stridenti con le leggi europee.

Da qui il faro acceso dalla Ue. Si tratta per ora di una richiesta di delucidazioni. La quale però va tutt'altro che trascurata o presa sottogamba perché la richiesta di informazioni su una norma rispetto alla quale la Commissione "sospetta" un problema di conflitto con le norme europee può precedere la messa in mora fino alla procedura d'infrazione. Se il tono è comunque quello della richiesta di informazioni - peraltro esplicitata dal direttore della Dg Connect Roberto Viola venerdì in un convegno a Roma, come ripreso da Radiocor - in realtà dalla missiva si capisce come la Commissione sia netta nel sottolineare quali pensano i motivi di criticità.

Al centro delle preoccupazioni c'è l'articolo 50-ter che, si legge, prevede in caso di «rete unica wholesale only» che Agcom «stabilisca adeguati meccanismi incentivanti di remunerazione del capitale investito» (cioè prezzi dei servizi all'ingrosso "incentivanti", più alti del normale), «tenendo conto di una serie

di elementi esplicitamente elencati quali i costi storici, la forza lavoro esistente e le migliori pratiche in altri settori». In sostanza è la "Rab" di cui tanto si è discusso, in particolare alla fine dello scorso anno, con questa norma immaginata come la mossa per spingere Tim a fondersi con Open Fiber come impresa wholesale only, quindi senza il controllo e senza collegamenti con le attività di vendita dei servizi ai clienti finali.

La Commissione su questo punto lascia intendere al Governo come questa previsione sia potenzialmente in conflitto con il quadro di regole Ue delle Tlc essenzialmente per due motivi. Il primo: Agcom può fissare i prezzi dei servizi all'ingrosso solo sulla base delle linee guida previste dal Codice delle comunicazioni. E quello europeo (articolo 80) prevede, come spiegato nella missiva, che «gli obblighi di controllo dei prezzi possano essere imposti a un'impresa wholesale-only solo sulla base di una valutazione prospettica, da parte di un'autorità nazionale di regolamentazione, del probabile comportamento dell'impresa designata come dotata di un significativo potere di mercato, e sono limitati a obblighi di prezzi equi e ragionevoli». In pratica Agcom non può stabilire i prezzi di un'impresa wholesale only se non a valle di un'analisi di mercato che individui tale impresa come dominante. E in ogni caso non può fissare prezzi "incentivanti" ma solo prezzi equi e ragionevoli.

In secondo luogo, che però nella lettera è citato per primo, c'è il tema dell'indipendenza dell'Authority. La Commissione chiede informazioni su come possa essere garantita «l'indipendenza dell'Agcom da istruzioni legislative», ovvero «come, a vostro avviso, l'articolo 50-ter assicura che l'Agcom sia in grado di svolgere un'analisi di mercato caso per caso prima di definire e imporre eventuali e appropriati obblighi, compresi obblighi di controllo dei prezzi, senza che ciò sia predeterminato dalla legislazione nazionale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



INTERNET VELOCE

Pronte le offerte per Open Fiber e per la fibra di Tim

**In campo più di dieci fondi
potenziali acquirenti
F2i è l'unico italiano**

Carlo Festa

MILANO

Arrivano le offerte non vincolanti dei fondi infrastrutturali per l'acquisizione congiunta di Open Fiber e degli asset Ftth di Telecom.

Oggi è infatti fissata la scadenza per manifestare interesse per l'ampio progetto volto alla costituzione di una sola rete in fibra nata dall'eventuale fusione di Open Fiber, Flash Fiber e degli asset di Tim: piano che vedrebbe come registi la stessa Telecom e Cassa Depositi e Prestiti.

Secondo indiscrezioni, i fondi infrastrutturali sarebbero stati invitati a manifestare (entro oggi) il proprio interesse, in vista di successive due diligence e approfondimenti sia del progetto, che non è ancora stato definito se non a grandi linee, sia delle attività coinvolte.

In campo ci sono oltre una decina di grandi fondi, potenziali acquirenti che hanno ricevuto la documentazione: i fondi infrastrutturali F2i, unico tra gli italiani, Brookfield, Ardian, Antin, Macquarie, ma anche fondi pensione come i canadesi Psp e The Canada Pension Plan Investment Board e, infine, fondi sovrani come il gruppo di Abu Dhabi Adia, di Singapore Gic e la cinese China Investment Corp.

Probabile, ma in una fase successiva, che i fondi possano unirsi in consorzi, vista la mole di investimento necessaria. In particolare, F2i potrebbe cercare un'alleanza con i canadesi di Psp e il gruppo di Singapore Gic, già sottoscrittori del fondo italiano. La folta pattu-

glia degli advisor sta lavorando sull'operazione ormai da diversi mesi: Vitale e Rothschild per conto di Tim, Credit Suisse per Cdp, Mediobanca per Enel e, infine, UniCredit e Jp Morgan per conto della stessa Open Fiber.

I fondi sarebbero pronti a rilevare circa la metà di Open Fiber mentre il restante 50%, o poco sotto, potrebbe andare a Tim anche attraverso il conferimento degli asset Ftth. Ci sarebbe poi il coinvolgimento di Cdp. La struttura finale dell'operazione è comunque ancora oggetto di discussione e approfondimenti.

L'amministratore delegato di Telecom Italia, Luigi Gubitosi, oggi intervistato da *Il Sole* a pagina 3, la scorsa settimana ha detto che intende selezionare entro fine anno uno o più fondi che affianchino Tim nell'operazione d'integrazione con Open Fiber, joint venture partecipata al 50% da Enel e dal 50% da Cassa Depositi e Prestiti, secondo principale azionista di Telecom con circa il 10%.

Proprio Enel sarebbe il soggetto destinato a uscire dall'azionariato, nel caso l'operazione avesse successo: ma il gruppo guidato da Francesco Starace, per ora, sembra solo spettatore. Molto dipenderà dal prezzo offerto per la sua partecipazione in Open Fiber.

Nel frattempo, proprio ieri, l'amministratore delegato di Cdp, Fabrizio Palermo, ha spiegato che «Cdp investe nelle infrastrutture strategiche del Paese e il nostro obiettivo è creare un sistema di infrastrutture efficienti. La fibra ottica è una di quelle importanti, in quanto è abilitante per lo sviluppo e faremo quanto necessario per fare sì che un'infrastruttura moderna ed efficiente sia presente nel Paese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



«Giù le mani dalla rete Telecom»

La rete Telecom non si tocca. Esponenti sindacali e piccoli azionisti contestano la posizione di Franco Bassanini, presidente di Open Fiber, che, col cappello Astrid, ha in sostanza detto sì alla rete unica, ma non sotto il controllo Tim. Per Telecom però la rete è core business e non è così semplice pensare di privarsene, nè di consegnare le chiavi della macchina ad altri. Senza contare che i sindacati hanno già fatto stime di oltre 20mila potenziali esuberanti. Non a caso Salvo Uglierolo, segretario generale della Uilcom, ha ribadito che la rete deve restare sotto il controllo di Telecom: «Ci auguriamo che chi dovrà decidere tenga sempre conto delle ricadute sociali di certe scelte». L'Asati, da parte sua, sostiene l'integrazione verticale «non rappresenta una criticità di per sé», se accompagnata da un quadro regolatorio che garantisca parità d'accesso. «Affidare a un unico soggetto come Tim il controllo dell'infrastruttura consente di massimizzare sinergie industriali e ritorni sugli investimenti facendo leva su un ampio ventaglio di soluzioni di cui Tim dispone in tutto il territorio nazionale, e di offrire la migliori tecnologie nelle diverse aree».

—A.OI.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'INTERVISTA / 1

Gubitosi: «Svolta in Tim: ora il debito non è più un problema cronico»

Fabio Tamburini — a pag. 3

L'INTERVISTA

Luigi Gubitosi, ad di Tim

Il manager: «Rete unica, le trattative possono andare in porto: altrimenti sarebbe un'occasione persa I rapporti con Vivendi? Il clima è profondamente cambiato e lavoriamo in armonia con i grandi soci»

«Apriremo una sede anche in Silicon Valley»



IL DEBITO

La sua riduzione è la priorità: con l'operazione Inwit e la JV con Santander lo diminuiremo di circa 3 miliardi



I FONDI INFRASTRUTTURALI E RETE

Sia in Italia che in Brasile potrebbero affiancarci e diventare protagonisti del settore

di Fabio Tamburini

Come chiuderete il bilancio Tim 2019? «Siamo in linea con le nostre previsioni nonostante un mercato molto competitivo con prezzi che in Italia sono tra i più bassi d'Europa». Riuscirete a tagliare il debito di 6 miliardi sui 25,2 miliardi di partenza? «La riduzione del debito è la priorità principale del Piano. Con il completamento delle operazioni su Inwit e della joint venture con Santander lo diminuiremo di circa 3 miliardi». Agli accordi con Google e Vodafone ne seguiranno altri? «La mia filosofia di gestione è aprire il gruppo a partnership, alleanze, collaborazioni. L'obiettivo è ottenere risorse e tecnologie all'avanguardia per soddisfare le necessità di cittadini, imprese e pubblica amministrazione. Tim dev'essere il punto di riferimento dell'innovazione tecnologica del Paese nei prossimi anni».

Ieri Luigi Gubitosi, amministratore delegato di Tim, ha compiuto il primo anno di attività al vertice del gruppo e, nell'intervista che segue, racconta risultati e progetti.

Conferma le previsioni per l'anno in corso nonostante che nei primi nove mesi del 2019 siano diminuiti i clienti sia nella telefonia fissa sia nel mobile?

Tutto secondo le aspettative. Per proseguire a generare cassa e redditività, dobbiamo continuare ad aumentare l'efficienza del gruppo.

Che aspettative avete per il bilancio 2020?

Ne parleremo al momento opportuno, ovvero l'11 marzo del prossimo anno quando presenteremo ai mercati il piano aggiornato al 2020.

I rapporti con Vivendi continuano a essere difficili? Sono critici sulle scelte che state facendo?

La settimana scorsa ho incontrato a Barcellona una cinquantina d'investitori e, per la prima volta, nessuna domanda ha riguardato le relazioni con e tra i maggiori azionisti. La ragione c'è: il clima è profondamente cambiato e stiamo lavorando in armonia con i grandi soci. Aggiungo che la nomina del nuovo presidente, Salvatore Rossi, è stata molto apprezzata e sta contribuendo al rafforzamento di una governance condivisa.

Resta l'incognita della Cdp, non presente in consiglio ma azionista di peso. Come finirà?

Con i vertici della Cdp c'è un rapporto eccellente.

Il debito è in diminuzione. Come vi state muovendo?

L'intervento annunciato è quello più ambizioso degli ultimi dieci anni e punta a risolvere un problema che era diventato cronico. L'accordo con Vodafone su Inwit permetterà

di tagliare circa 1 miliardo e mezzo d'indebitamento e altri 500 milioni arriveranno dall'intesa sul credito al consumo con il Santander. Dalla riduzione organica, invece, otterremo nel 2019 1,2 miliardi di miglioramento. Dopo soltanto un anno siamo già a metà strada.

I tassi d'interesse così bassi vi stanno aiutando molto...

Sì, quest'anno risparmieremo oltre 100 milioni. Lo scenario è positivo sia perché ad ogni scadenza di prestiti li negoziamo a condizioni migliori, sia perché a causa dei tassi d'interesse negativi su molti bond, buona parte della liquidità mondiale sta andando verso investimenti alternativi a condizioni molto interessanti. Segnalo, in particolare, il ruolo dei fondi infrastrutturali. Noi siamo arrivati puntuali all'appuntamento avviando tre operazioni in cui potremo averli come alleati.

Quali?

L'accordo sulle torri con Vodafone, gli investimenti nei data center e



quelli sulla fibra.

In che tempi l'intesa con Vodafone sarà operativa?

È sostanzialmente chiusa. Ieri è stata convocata per il 19 dicembre l'assemblea di fusione che sarà l'ultimo atto formale prima dell'avvio e, a quel punto, mancherà solo l'autorizzazione dell'Antitrust europeo. Inwit post-fusione darà grandi vantaggi economici derivanti dalle sinergie con Vodafone, accelererà lo sviluppo del 5G di qualche anno e sarà parte fondamentale dell'infrastruttura tecnologica del Paese, che vogliamo sia tra le più avanzate al mondo.

Il 5G ha richiesto investimenti elevati. Anche Tim ha pagato la concessione a caro prezzo. Che progetti avete e con quali prospettive?

Il nostro è un settore ad alta intensità di capitale e questo spiega la necessità di progetti condivisi. Le prospettive saranno positive in funzione di quanto sapremo approfittare dell'evoluzione tecnologica per rafforzare la nostra posizione competitiva. Siamo partiti bene, ma abbiamo fatto solo il primo tratto di una lunga maratona.

Il capitale di Inwit è aperto ad altri operatori?

È già così ma potrà esserlo molto di più. Anche in questo caso la scelta è di aprirci a collaborazioni, partnership, alleanze. Per esempio abbiamo offerto ai nostri concorrenti di entrare nel capitale della nuova società e, in caso contrario, lo proporremo a fondi infrastrutturali. Dopo la fusione, Tim e Vodafone controlleranno il 75 per cento di Inwit e intendiamo scendere al 50,1 per cento. Quindi se qualcuno vuole unirsi a noi alle giuste condizioni è benvenuto.

Qual è la vostra strategia per i data center?

Il cloud rappresenta una nuova frontiera dell'innovazione che cambierà il modo di fare business delle imprese, piccole e grandi. Tim c'è, e in maniera importante.

La nuova società creata per lanciarli è destinata alla quotazione?

È possibile. Il processo di creazione del valore sarà simile a quello di Inwit. Ai data center si uniranno centri di ricerca e nei prossimi anni verranno assunti centinaia d'ingegneri e specialisti dei dati.

Ce ne sono abbastanza in Italia?

Sì, anche se in prospettiva la domanda aumenterà vertiginosamente. Di sicuro nei prossimi anni laureati in matematica, fisica e alcuni corsi d'ingegneria e informati-

ca non avranno difficoltà a trovare lavoro.

Quale ruolo potranno avere i fondi infrastrutturali negli investimenti per la rete in fibra?

I fondi infrastrutturali offrono capitali a lungo termine a condizioni divenute interessanti per i motivi citati. Sia in Italia che in Brasile potrebbero affiancarci e diventare protagonisti del settore.

Il centro studi Astrid, che fa capo a Franco Bassanini, ha spiegato che la rete unica va fatta ma non sotto Tim. Come commenta il rapporto?

Mi limito a dire che in tutto il mondo, dagli Stati Uniti alla Corea fino alla Germania e al Brasile, il modello di riferimento è quello di un operatore integrato, che in Italia significa Tim. Anche perché le tecnologie sono numerose, evolvono rapidamente, vanno integrate, hanno bisogno di economie di scala e competenze. Le reti devono soddisfare le esigenze dei clienti e solo un operatore integrato può conoscere veramente di cosa ha bisogno il cliente finale. Basta vedere che dove non c'è Tim le diseguaglianze nell'accesso alla rete si riducono più lentamente rispetto alle aree dove Tim può operare liberamente. Eliminare gli squilibri è l'obiettivo più importante da raggiungere e preferisco un approccio al tema pragmatico e fattivo piuttosto che ideologico.

Le trattative per la rete unica sono lunghe e complesse. C'è davvero la possibilità che vadano in porto?

Credo che occorra trovare un equilibrio su tre elementi: il valore da attribuire agli asset, gli impegni da prendere con il Paese sugli investimenti e quelli con le autorità regolamentari. Sono convinto che è possibile riuscirci, altrimenti sarebbe un'occasione persa. Non solo per le parti in causa ma, ancora di più, per il Paese.

In che situazione si trova la rete in fibra realizzata finora, distinguendo tra aree nere a redditività elevata e aree bianche a fallimento di mercato?

Ripeto, dove non c'è Tim le diseguaglianze nell'accesso alla rete si riducono più lentamente o addirittura aumentano.

Quale dev'essere il ruolo di Tim nelle tecnologie di telecomunicazioni avanzate?

L'evoluzione tecnologica sta accelerando e i cambiamenti saranno sempre più significativi, non possiamo permetterci di rimanere indietro né per quanto riguarda la rete nazionale in fibra né nell'intero settore delle telecomunicazioni, in cui

il nostro Paese ha sempre avuto un ruolo d'avanguardia. Tim dev'essere la finestra dell'Italia sul mondo in campo tecnologico grazie alla rete di alleati, partner, fornitori, studiosi, che stiamo organizzando. L'anno prossimo apriremo anche un ufficio in Silicon Valley, nel cuore della innovazione tecnologica mondiale.

Perché la partnership con Google è strategica?

La rivoluzione tecnologica in corso è centrata sulla gestione dei dati disponibili e sulla velocità di elaborazione. Tempi che stanno diminuendo in misura esponenziale, con rapidità inimmaginabile fino a qualche anno fa. In più il 5G funzionerà da acceleratore. Così gestione e sicurezza dei dati sono oggi temi molto rilevanti. L'intelligenza artificiale si diffonderà. Stiamo lavorando per dotare l'Italia di una infrastruttura avanzata, per questo abbiamo sottoscritto un'alleanza strategica e industriale con Google cloud.

A quali soluzioni state lavorando?

Le modalità di archiviazione dei dati saranno diverse in funzione delle necessità. Avremo una soluzione tecnica tutta italiana, una basata su tecnologia Google e altre ibride secondo i fabbisogni dei clienti, in gergo Private, Public e Hybrid cloud. Il tutto su infrastrutture governate da Tim di nuovissima generazione a Torino, Milano, Roma.

Anche su questo fronte c'è spazio per l'intervento di fondi infrastrutturali?

Per facilitare e accelerare gli investimenti necessari per costruire questi impianti verrà costituita una società in cui confluiranno i data center esistenti e quelli di prossima costruzione. Al momento ne abbiamo 22. Il piano prevede l'entrata di un fondo in aumento di capitale per finanziare lo sviluppo.

Che programmi avete con Google cloud?

L'accordo raggiunto è il primo passo di una collaborazione che immaginiamo estendersi ad altre aree. Si tratta di opportunità di sviluppo da realizzare con quella che è stata definita la società più innovativa al mondo.

C'è il problema della sicurezza delle reti e dei dati. Come vi state muovendo?

La cybersecurity è una priorità. Nel gruppo Tim abbiamo una società, Telsy, ancora piccola ma che sta crescendo in misura esponenziale, eccellente nella sicurezza. I suoi ritmi di sviluppo sono davvero elevati,

incredibili. E' attiva, in particolare, nella crittografia. Telsy rappresenta il nostro centro di competenza nel settore ed è in contatto con centri di eccellenza mondiale.

Investirete ancora nella cybersecurity?

Certo, perché è necessario garantire l'assoluta impenetrabilità delle reti italiane e il settore rappresenta opportunità di sviluppo commerciale importanti.

Tra le vostre priorità c'è Tim vision. A che punto siete?

Il 2020 sarà l'anno in cui la convergenza tra telecomunicazioni e contenuti, attesa da anni, comincerà a materializzarsi. Nei contenuti ab-

biamo cambiato strategia e non siamo più produttori, perché è un'attività economicamente insostenibile. Abbiamo invece deciso di essere aggregatori di contenuti eccellenti, offrendo ai consumatori le opportunità migliori sul mercato. Per questo, dopo avere raggiunto accordi con Amazon, Netflix e per le partite del campionato di calcio, continueremo sulla stessa strada. L'intenzione è diventare protagonisti nel mondo dell'intrattenimento.

Dicono che in Tim Vision entrerà anche Disney. E' vero? Magari!

Tim Brasil è destinata a cresce-

re?

Tim Brasil è un asset in costante crescita. E' possibile che, dopo tante indiscrezioni e operazioni fallite, sia finalmente arrivata l'ora del consolidamento sul mercato del mobile. Se davvero andrà così noi ci saremo, partecipando come protagonisti. A condizione, naturalmente, che le condizioni siano quelle giuste.

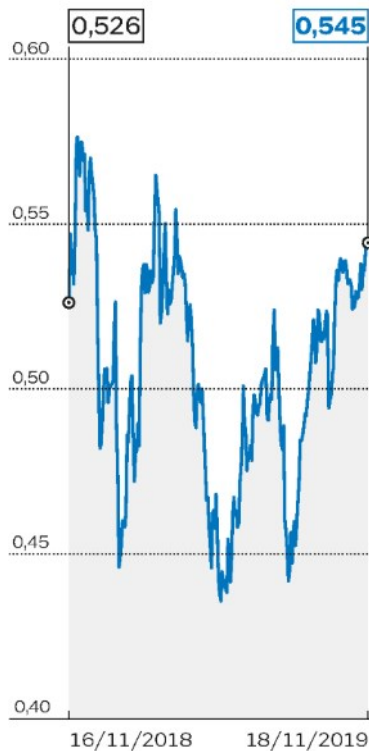
Che bilancio fa dopo un anno alla guida dell'azienda?

Ho la forte convinzione che Tim sia un'azienda migliore rispetto a un anno fa e sono sicuro che sia peggiore di come sarà tra un anno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un anno in Borsa

Dalla nomina di Gubitosi a Ceo



“ La mia filosofia di gestione è aprire il gruppo a partnership, alleanze e collaborazioni

“ Nei contenuti non siamo più produttori: abbiamo deciso di diventare aggregatori





Manager.

Luigi Gubitosi è ad di Telecom Italia dal novembre 2018. In precedenza è stato fra l'altro ad di Wind, direttore generale della Rai e commissario straordinario di Alitalia

Tim, parte l'iter per il mobile Oi

Una sola società fra Telecom, Telefonica e America Movil acquisterà tutti gli asset e poi ne cederà delle parti ai concorrenti

DI MANUEL FOLLIS

È questione di settimane, poche in realtà, ma sembra che entro la fine del 2019 dovrebbe partire ufficialmente il processo di valorizzazione del business mobile di Oi, l'operatore statale brasiliano di telefonia che ha dichiarato bancarotta nel giugno del 2016 e la cui salute finanziaria da anni è precaria. Di base, Oi ha deciso di concentrarsi sulla telefonia fissa perché non riesce a sostenere la competizione sul mobile. Pertanto il colosso brasiliano è intenzionato a cedere proprio questa divisione; inoltre dovrebbe fare pulizia tra le sue partecipazioni, partendo dalla cessione del 25% che detiene nella società angolana Unitel. Fra le ipotesi circolate, c'era quella che riguardava l'interesse di altri operatori a entrare nel mercato brasiliano. Le dinamiche del business delle tlc stanno però evidenziando tendenze simili a tutte le latitudini, ossia la grossa difficoltà da parte dei «quarti» operatori a gestire business sostenibili. Tradotto, in un mercato che già vede la presenza di Telecom Italia (con Tim Brazil), di Telefonica e dell'America Movil del messicano Carlos Slim, un quarto operatore farebbe molta fatica a entrare. Ha molto più senso, invece, che la telefonia mobile di Oi venga divisa

tra gli altri gruppi già presenti sul mercato. Come? Da quanto si capisce, l'idea del regolatore brasiliano è quella di procedere alla cessione degli asset di Oi a un solo soggetto, il quale a sua volta poi cederebbe parti del business per non incappare nei limiti Antitrust. È evidente che il soggetto che dovesse farsi

carico dell'acquisto avrebbe il vantaggio di poter gestire la successiva spar-

tizione, ma l'onere di farsi carico dell'esborso iniziale. Per questo, secondo quanto risulta, non è ancora chiaro che ruolo potrebbe avere Tim. Molto, è evidente, dipenderà dal prezzo dell'operazione e in questo senso le prossime settimane saranno fondamentali. Entro fine anno sono infatti attese informazioni da parte del venditore sugli asset di Oi.

Se tutto andrà come previsto, l'operazione dovrebbe chiudersi entro l'estate del 2020. Nel frattempo sono attese per oggi le prime proposte preliminari di co-investimento con Tim da parte dei fondi d'investimento interessati a entrare nel business infrastrutturale della fibra ottica. L'intervento di un fondo sarebbe propedeutico all'integrazione delle infrastrutture di Tim e di Open Fiber. Fra le ipotesi c'è che l'immissione di liquidità del fondo entrante serva per pagare la quota di Enel in Open Fiber. Una volta arrivate le offerte, Telecom Italia si dovrebbe prendere una decina di giorni per stilare una short list con cui portare avanti le negoziazioni. (riproduzione riservata)



Dall'Antitrust ok condizionato a F2i-Persidera

Ok dell'Agcm all'acquisizione di Persidera da parte di F2i ed EITowers: Persidera verrà scissa in NetCo (frequenze terrestri, acquisita da EITowers) e MuxCo (diritti d'uso delle frequenze, acquisita da F2i). L'Antitrust ha confermato che l'acquisizione di Persidera determina il «rafforzamento della posizione dominante della nuova entità nel mercato delle infrastrutture per la radiodiffusione televisiva» e per questo ha concesso il via libera condizionato al rispetto di una serie di misure. La prima è «l'obbligo di accesso e di erogazione dei servizi di ospitalità, manutenzione a condizioni eque, trasparenti e non discriminatorie e a termini comunque non peggiora-

tive rispetto a quelle attualmente praticate da EITowers»; la seconda l'obbligo di erogazione «dei servizi full service a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie secondo un approccio disaggregato, in cui l'operatore di rete è lasciato libero di definire l'ampiezza dei servizi offerti e il grado di autonomia tecnologica». Ci sono poi misure «relative all'indipendenza di MuxCo»; altre dirette a «ridurre il rischio di scambio di informazioni tra MuxCo, NetCo, EITowers, F2i e Mediaset» e infine misure volte «alla modifica delle clausole di condivisione del rischio tra EITowers, NetCo e MuxCo e all'introduzione di una clausola di trasferimento di parte delle efficienze generate su NetCo a MuxCo, con beneficio dei clienti di quest'ultima». (riproduzione riservata)



Inwit, ok a fusione con Vodafone Towers

**CONVOCATA
IL 19 DICEMBRE
L'ASSEMBLEA PER
IL VIA LIBERA ANCHE
AL DIVIDENDO EXTRA
DA 570 MILIONI**

IL RIASSETTO

ROMA Via libera del cda di Inwit al progetto di fusione mediante incorporazione di Vodafone Towers. Ora il dossier passa all'approvazione dell'assemblea degli azionisti convocata per il 19 dicembre. La riunione dei soci in sede straordinaria approverà l'integrazione, mentre in sede ordinaria darà il via libera alla nomina di due consiglieri (Piergiorgio Peluso cooptato a maggio come presidente e Carlo Nardello), insieme al dividendo straordinario di 0,5936 euro per ciascuna delle azioni ordinarie di Inwit in circolazione post-fusione, per complessivi 570 milioni di euro. La delibera di approvazione, precisa una nota, «sarà efficace soltanto qualora risulti approvata senza il voto contrario della maggioranza dei soci presenti in assemblea, diversi dal socio che acquista la partecipazione superiore alla soglia rilevante e dai soci che detengono, anche di concerto tra loro, la partecipazione di maggioranza anche relativa purché superiore al 10% (la cosiddetta procedura di white-wash)».

A proposito della governance di Inwit post-fusione, la nota precisa infine che a seguito delle dimissioni da tutti i membri del consiglio di amministrazione del 26 luglio, si procederà alla nomina di un nuovo consiglio da parte di un'ulteriore assemblea dei soci della stessa Inwit, subordinatamente all'approvazione della fusione. Pedersoli Studio Legale ha assistito Inwit come advisor legale.

R. Ec.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IN BREVE

HUAWEI

**Tregua di 90 giorni
per Huawei in Usa**

Una tregua di novanta giorni per le aziende americane che fanno affari e hanno legami con Huawei. È quanto il Dipartimento del Commercio americano si appresta ad annunciare, estendendo di fatto le licenze che consentono ai colossi statunitensi di continuare a lavorare con Huawei. Si tratta della terza proroga concessa dall'amministrazione Trump dopo che lo scorso maggio il governo Usa aveva inserito Huawei in una «lista nera» citando delle preoccupazioni per la sicurezza nazionale.

