

Rassegna del 19/04/2018

Sole 24 Ore	33 Amazon lancia lo shopping globale	<i>Barlaam Riccardo</i>	1
Mf	16 Ecco cosa cambia per chi acquista online	<i>Nebbia Paolisa</i>	2
Sole 24 Ore	31 Denaro&lettera - -0,82% Doppia acquisizione per la «piattaforma multicanale»	...	3
Corriere della Sera	34 Intervista a Hyun-suk Kim - «Casa intelligente, Samsung è pronta con 400 oggetti»	<i>Savelli Fabio</i>	4
Sole 24 Ore	16 Stampanti e robot nella fabbrica smart tutta made in Italy	<i>Greco Filomena</i>	6
Stampa	23 Panorama - Industria 4.0, investimenti in crescita dell'11%	<i>M.tr.</i>	7
Mf	8 Airbus si allea con Gates per i satelliti	<i>Brustia Carlo</i>	8
Corriere della Sera	35 Apple, modello Netflix per vendere le «news» come le serie tv	<i>Ferraino Giuliana</i>	9
Sole 24 Ore	29 Apple studia lancio di news a pagamento	...	10
Italia Oggi	18 I podcast sulla strada delle serie tv	<i>Secchi Andrea</i>	11
Sole 24 Ore	33 Facebook fa sue le regole europee	<i>Milano Francesca</i>	12
Messaggero	8 Facebook under15 servirà il via libera di mamma o papà - Under 15 e Facebook post liberi soltanto con l'ok dei genitori	<i>Malfetano Francesco</i>	13
Sole 24 Ore	3 Intervista ad Amos Genish - «Basta scontri tra i soci Tim» - «Un privilegio restare alla guida di Tim, ma il board dovrà riconfermare il piano»	<i>Olivieri Antonella</i>	15
Sole 24 Ore	3 Domani l'udienza sui ricorsi in Tribunale	<i>Mar.Man.</i>	19
Stampa	9 Intervista a Mario Nava - Il numero uno della Consob "Risvegliamo il risparmio" - Nava e l'anno zero della Consob "Dobbiamo risvegliare il risparmio"	<i>Zatterin Marco</i>	20
Panorama	14 Elliott e le storie tese	<i>Cingolani Stefano</i>	23

E-commerce. La nuova funzione permette l'acquisto di 45 milioni di prodotti dagli Usa

Amazon lancia lo shopping globale

LA TV DI BEZOS DA BEST BUY

La catena di negozi Usa avrà l'esclusiva su dieci modelli di televisori con Amazon Fire incorporato e lo streaming di Netflix, Prime, Hbo, Hulu, Vue

Riccardo Barlaam

■ Amazon lancia un servizio "America first" a favore delle aziende americane introducendo sul portale la funzione di "shopping internazionale". Un servizio che permette di raggiungere oltre 100 paesi, un'audience globale, con le spedizioni di merci dagli Stati Uniti. E la possibilità di riceverli, in alcuni casi, entro le 48 ore, pur se la spedizione parte Oltreoceano.

Sarà possibile acquistare 45 milioni di prodotti da Amazon Usa. La funzione di "shopping internazionale" è stata estesa dunque agli utenti per l'acquisto di prodotti al di fuori dei mercati nazionali ed è disponibile in cinque lingue, tra cui spagnolo, inglese, cinese semplificato, portoghese, brasiliano e tedesco. L'italiano non è disponibile. Almeno per ora. Il servizio permetterà ai clienti di acquistare in 25 valute diverse, con più lingue e valute da aggiungere nel 2018. Con la nuova modalità si potranno selezionare solo i prodotti che sono presenti nella versione americana del portale e che possono essere spediti in Italia. Selezionando poi la valuta del paese d'origine - euro - il prezzo del prodotto presente su Amazon Usa verrà convertito automaticamente. Verranno indicati i costi di spedizione, e gli eventuali costi doganali.

Il servizio introdotto da Amazon è simile al programma di spedizione internazionale già presente in eBay. Ci sono anche diverse possibilità di spedizione, con costi proporzionalmente più alti per i servizi più veloci: il servizio Amazon Global Priority Shipping prevede ad esempio che un prodotto acquistato negli Stati Uniti si possa ricevere in Italia nelle 48 ore.

La nuova funzione per lo

shopping internazionale segue altri prodotti e servizi lanciati sul mercato globale dalla società di Bezos di recente. Tra cui, la versione internazionale del servizio di streaming di Prime Video, attraverso il Fire Tv stick, anche con il Prime music service, il servizio di musica in streaming di Amazon sulla scia del successo di Spotify e di Apple Music. «Cerchiamo di innovare l'esperienza di acquisto dei nostri clienti globali attraverso i device mobili che vivono al di fuori degli Stati Uniti» spiega in una nota la società. A Wall Street dopo l'annuncio di Amazon di dare la possibilità ai suoi clienti in tutto il mondo di comprare prodotti sul mercato americano il titolo ha guadagnato oltre un punto percentuale.

Dal mercato digitale, virtuale a quello fisico, ai negozi, le vetrine e i commessi. Un marketplace globale come Amazon ha bisogno anche della presenza dei negozi per vendere i suoi prodotti a marchio a più clienti, anche quelli meno abituati ad acquistare online. Amazon ha annunciato sempre ieri un accordo con Best Buy, la più grande catena di negozi al dettaglio di elettronica di consumo negli Stati Uniti che opera anche in Canada, Messico e Cina. Best Buy avrà l'esclusiva per vendere i televisori smart Amazon Fire. La prossima estate la catena americana comincerà a vendere una decina di modelli di televisori Amazon Fire in Hd e 4k con l'house brand di Best Buy Insignia e Toshiba. Questi televisori avranno già all'interno Amazon Fire Tv, che permette di seguire le trasmissioni televisive "tradizionali", o di scegliere da un catalogo di streaming le serie e i film da Netflix, Prime Video, Hbo, PlayStation Vue, Hulu e altri siti di video on demand. La tv secondo Bezos avrà anche un telecomando ad attivazione vocale con Alexa, l'assistente vocale di Amazon. E potrà essere "comandata", anche con l'assistente personale Echo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ecco cosa cambia per chi acquista online

DI PAOLISA NEBBIA*

Il nuovo regolamento Ue sui blocchi geografici è ormai legge e sarà applicabile in tutti gli Stati europei dal 3 dicembre 2018. Il regolamento porterà importanti novità sia per chi acquista online (che godrà di maggiori possibilità di comprare beni e servizi in altri Stati Ue) sia per chi vende su Internet (che in molti casi dovrà riesaminare e modificare le proprie condizioni di vendita, i sistemi logistici e di distribuzione e le impostazioni dei propri siti web). Il regolamento parte dal presupposto che il commercio elettronico è diventato un elemento determinante per la crescita nella Ue. Tuttavia, se pure le vendite online sono cresciute vertiginosamente in Europa negli ultimi anni, solo il 15% dei consumatori acquista online da un sito web basato in altro Paese Ue e l'8% degli operatori effettua vendite transfrontaliere. La ragione (o, almeno, una delle ragioni) di ciò è che spesso il sito straniero non è accessibile dal proprio Paese, o si viene reindirizzati sulla versione locale del sito visitato o, anche laddove si riesca ad accedere al sito desiderato, non è poi possibile pagare l'acquisto, o ancora si è assoggettati a condizioni di vendita diverse. Tutte queste limitazioni sono forme di blocco geografico, che la nuova misura Ue mira a eliminare.

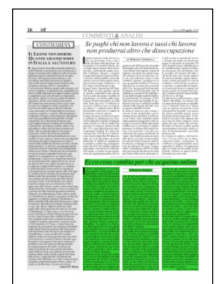
Dal punto di vista di chi offre online beni o servizi, gli obblighi principali risiederanno nel divieto di operare qualsiasi discriminazione sui clienti per quanto riguarda le condizioni generali di vendita (prezzi compresi) nei tre casi individuati dal regolamento, cioè: **1)** nel caso di merci consegnate in uno Stato membro presso cui il venditore stesso offre la consegna, o che devono essere ritirate in un luogo concordato con l'acquirente; **2)** nel caso di servizi forniti elettronicamente come i servizi in cloud, di web hosting, l'utilizzo di motori di ricerca; **3)** per servizi come sistemazione in albergo, eventi sportivi e musicali, o noleggio auto, quelli cioè che vengono ricevuti dal cliente nel Paese stesso in cui opera il commerciante. Resta salva la possibilità per l'operatore di indirizzare offerte specifiche (per esempio promozioni, sconti) a determinati gruppi di clienti o Paesi. Inoltre, l'operatore che non intenda

consegnare al di fuori del proprio Paese può continuare a farlo, purché resti libero l'acquisto.

Il principio di non discriminazione vige anche per le operazioni di pagamento, ferma restando la possibilità per gli operatori di scegliere le forme di pagamento che intendono accettare. Una volta fatta tale scelta, però, non sarà possibile applicare condizioni di pagamento diverse ai propri clienti a seconda della nazionalità, luogo di residenza o di stabilimento dell'acquirente. Un'altra importante novità del regolamento è il divieto di bloccare o limitare l'accesso dei clienti in altri Paesi all'interfaccia online (per esempio il sito di vendita) senza giustificato motivo. Nel caso in cui l'operatore intenda reindirizzare l'utente su una versione locale del sito, potrà farlo solo previo consenso dell'utente, cui deve essere comunque concessa la possibilità di accedere al sito originariamente visitato. Bloccare o reindirizzare forzatamente gli utenti resta possibile soltanto laddove ciò sia necessario a evitare violazioni di legge (si pensi ad esempio alle diverse normative nazionali sul gioco d'azzardo). I servizi collegati a contenuti protetti da copyright o che funzionano in forma immateriale - come streaming musicale ed e-book - sono esclusi dal regolamento ma la Commissione intende procedere, a due anni dalla sua entrata in vigore, a una revisione del suo ambito di applicazione, possibilmente ampliandolo.

Resta inoltre aperta l'incognita del caso pay-tv, un procedimento antitrust aperto dalla Commissione nel 2013 al fine di verificare la compatibilità con le norme europee sulla concorrenza degli accordi tra gli studios di Hollywood e le emittenti televisive a pagamento (come Sky), volti a impedire a queste ultime di consentire l'accesso ai propri servizi agli utenti situati al di fuori del proprio territorio. Gli appassionati di film e serie dovranno dunque attendere per poter accedere a servizi che non sono offerti nel proprio Stato; per il momento dovranno accontentarsi della semplice portabilità, cioè della possibilità di accedere a un servizio acquistato nel proprio Stato di origine quando si trovano temporaneamente all'estero per lavoro, studio o vacanza.

*Shearman & Sterling



DENARO&LETTERA

DIGITAL 360: -0,82%

Doppia acquisizione per la «piattaforma multicanale»

Alberto Magnani

Si allarga il perimetro di Digital 360, un'azienda di servizi B2B e marketing digitale sbarcata sul listino Aim nel 2017. La società ha annunciato ieri l'acquisizione al 51% di due imprese che integreranno la «piattaforma multicanale» del gruppo. Da un lato IQ Consulting, spin-off dell'Università di Brescia che si occupa di consulenza strategica, rilevata per 400mila euro. Dall'altro l'agenzia di marketing ServicePro, assorbita a un prezzo di 1.496.330 euro che potrà essere aggiustato in rapporto a posizione finanziaria netta, capitale circolante alla data del closing e il risultato dell'Ebitda medio messo a segno nei bilanci 2018, 2019 e 2020. I due accordi, sommati al take-over del 51% sulla società Effettodomino, portano il gruppo a raggiungere ricavi pro-forma di 19,2 milioni di euro (+51% rispetto al 2016), Ebitda a 2,5 milioni di euro (+50% sul 2016), Ebit ed utile netto *adjusted* a 1,6 e 1,1 milioni di euro (+45% e +79% sull'anno prima).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Andamento del titolo a Milano



«Casa intelligente, Samsung è pronta con 400 oggetti»

Hyun-suk Kim: priorità alla cyber security

La piattaforma open
Sulla piattaforma Samsung potranno girare anche gli elettrodomestici di marchi concorrenti

L'intervista

di **Fabio Savelli**

MILANO Samsung è ormai un'azienda-piattaforma. Ha comprato, tre anni fa, una startup della Silicon Valley, SmartThings, proprietaria di una piattaforma "aperta" per mettere in comunicazione gli oggetti. L'obiettivo, a tendere, è la "smart home" grazie all'Internet delle Cose, su cui sta investendo l'industria mondiale. Dal televisore al forno. Dal frigorifero alla lavatrice. Dalla cassaforte al condizionatore. Gli elettrodomestici parleranno tra loro e parleranno con noi con lo smartphone a fungere da cabina di regia grazie alla connettività in wireless offerta dalle compagnie telefoniche. Samsung ha deciso di averne una "open" per stimolare l'innovazione. Non solo elettrodomestici griffati Samsung, ma "girerà" anche con i prodotti dei concorrenti. «Comuniceranno fino a 400 oggetti contemporaneamente, con schermo touchscreen sugli elettrodomestici tramite applicazioni gestibili anche da remoto, ad esempio all'interno della propria automobile», dice l'ingegnere Hyun-suk Kim, presidente e Ceo della divisione Consumer Electro-

nics di Samsung.

Prima obiezione: la "smart home" non è una stupenda definizione di marketing con poche ricadute pratiche?

«Ora non più. Ci siamo quasi. Fino a qualche anno fa non c'erano ancora le tecnologie, ma avevamo le idee. Ora abbiamo i software, le applicazioni, le interfacce per gli utenti che stiamo installando su tutti gli elettrodomestici, il cloud computing dove archiviare i dati provenienti dagli oggetti e dalle richieste dei consumatori. L'industria manifatturiera è pronta. Non sono pronti ancora i servizi, ma manca poco».

Seconda obiezione: come ci proteggeremo dalle intrusioni informatiche? Tutti i nostri dati saranno in Rete, anche quanti yogurt abbiamo in frigorifero e che scadenza hanno

«Questa è la priorità di Samsung. Stiamo investendo milioni e milioni di dollari sulla cybersecurity. Mi lasci dire che abbiamo completamente rovesciato l'approccio. I nostri ingegneri lavorano già in chiave predittiva. Sviluppiamo applicazioni per gli oggetti tentando di anticipare le mosse degli hacker».

Terza obiezione: chi utilizzerà i nostri dati? Non c'è il rischio che verranno venduti a terzi, come insegna il caso Cambridge Analytica?

«No, noi abbiamo una politica restrittiva. Non si tratta alcun tipo di informazione senza il consenso dell'utente».

Non ha la sensazione che i colossi della grande distri-

buzione siano in ritardo sulla tracciabilità della filiera alimentare? Dovremmo già sapere tutto degli alimenti.

«Non tutti sono pronti, vero. Ma lo saranno. Altrimenti usciranno dal mercato. Dal frigorifero potremo fare la spesa usando lo schermo incorporato. E sull'applicazione e-commerce del retailer o sugli scaffali dei negozi sapremo, tramite la tecnologia Rfid applicata sul codice a barre, da dove arriva un prodotto, come è stato trasformato, conservato e trasportato».

Samsung conserva ancora un oggettivo vantaggio competitivo sulla concorrenza nel comparto del bianco, ma i cinesi stanno invadendo il mercato e hanno politiche di prezzo inarrivabili.

«Sì, la concorrenza è aumentata e i cinesi stanno prendendo quote di mercato. Ma sono su un segmento diverso dal nostro. Una fascia distante dal nostro posizionamento "premium". Serviranno anni per raggiungere la nostra capacità tecnologica. E poi ciò che conta è la fiducia del consumatore».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il profilo



● Hyun-suk Kim, presidente della Consumer Electronics di Samsung





Lo stand

Un'immagine dello stand Samsung al Salone internazionale del Mobile a Rho-Fiera (Milano)

Industria 4.0. La fiera A&T a Torino

Stampanti e robot nella fabbrica smart tutta made in Italy

LA RICERCA

Secondo uno studio
Ambrosetti il 53%
delle medie imprese
ha investito in tecnologie
per la digitalizzazione

Filomena Greco

TORINO

■ Focus su automazione e controllo numerico, in pista le tecnologie abilitanti per la digitalizzazione delle imprese: è il menù offerto da A&T, l'appuntamento al Lingotto di Torino dedicato alle tecnologie della fabbrica digitale. E proprio una piccola smart factory implementata grazie al contributo di 35 aziende, la maggior parte delle quali pmi italiane, è al centro del padiglione dove espongono oltre 450 aziende. In linea, un processo produttivo perfettamente integrato, dove Reply Protocube - azienda torinese specializzata in realtà virtuale - ha messo a punto la piattaforma che riconosce l'operatore tramite badge, riceve l'ordine e permette di customizzare il prodotto. Quale prodotto? Un portachiavi in alluminio con inserto in plastica "personalizzabile" progettato dalle piemontesi Artedas e Auton. La stampante additive è della barese Roboze, pmi innovativa di Bari specializzata in materiali complessi adatti a diverse industry, a integrare il sistema invece è stata la Skorpion, service provide che realizza prototipi e piccole serie. Nel processo di lavorazione del pezzo in alluminio la Samec - prima cintura torinese - ha attrezzato il robot con sistemi di pinza flessibili e utensili adattabili a diverse lavorazioni. In fase di controllo la Idt Solutions ha integrato controllo visivo e sistemi numerici, mentre il flusso produttivo si traduce in schema grazie alla BrickReply. Il nastro trasportatore è realizzato dalla emiliana

Bet sistemi, il carrello automatico è della Comau, con l'integrazione della varesina Siscodata.

Grande attenzione dunque alle Pmi comerebadaisce Luciano Malgaroli, amministratore delegato della Fiera A&T che continuerà fino a domani, 20 aprile: Abbiamo puntato a sviluppare - sottolinea - un programma formativo ad hoc sulle tecnologie abilitanti riservato alle pmi». Il momento è quello giusto come raccontano anche i dati della ricerca presentata da The European House-Ambrosetti, su campione Unioncamere, da cui emerge una realtà spaccata a metà: da un lato il 53% di medie imprese che ha scommesso su tecnologie abilitanti per la digitalizzazione dell'impresa, dall'altro un 41% che invece non si è mosso. «L'Italia è partita in ritardo - ricorda Filippo Peschiera, responsabile piani industriali ed esecuzione per Ambrosetti - ma ha varato un piano più ampio di quelli implementati da Germania e Francia». La risposta è importante, aggiunge, citando due indicatori per tutti: l'11% in più di investimenti fissi lordi al netto del settore trasporti - «percentuali da economia cinese», commenta - e il raddoppio delle imprese che hanno beneficiato del credito di imposta.

La manifattura resta in primo piano, anche se questo è l'anno nel quale la scommessa si allarga alla formazione e ai servizi. Senza dimenticare che la rivoluzione digitale arriva fino al cuore del made in Italy come racconta Elena Pedrana ceo di Sep Valtellina, manifattura artigiana 4.0: l'azienda produce bresaola e ha introdotto logiche di automazione spinta per controllare l'intera fase di produzione, con i sensori nelle celle per seguire le fasi della stagionatura, fino alla misurazione di temperatura e Ph per garantire in tempo reale la qualità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

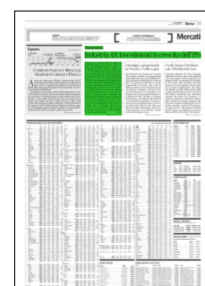


Panorama

Industria 4.0, investimenti in crescita dell'11%

«Il piano per lo sviluppo delle tecnologie digitali nelle imprese, avviato con ritardo rispetto alle principali nazioni europee, sta iniziando a dare i suoi frutti». Almeno questo è l'esito della ricerca dello studio Ambrosetti sugli effetti del Piano Industria 4.0 ad un anno dal suo avvio: oltre la metà delle imprese ha avviato o sta avviando progetti 4.0, il 6% li ha ampiamente introdotti mentre il 40% non ha ancora iniziato il percorso. Il report, presentato ieri ad A&T, la fiera internazionale del settore che si concluderà venerdì a Torino, ha messo in evidenza come gli investimenti fissi lordi, esclusi i mezzi di trasporto, siano aumentati dell'11%, pari a 80 miliardi a valore. Rispetto al 2016 è più che raddoppiato il numero di imprese che ha beneficiato del credito di imposta per investimenti del settore ricerca e sviluppo. Per i ricercatori «gli errori da evitare sono due: investire troppo, quando gli scenari tecnologici sono ancora indefiniti, oppure non fare nulla». [M. TR.]

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Airbus si allea con Gates per i satelliti

di Carlo Brustia

Airbus si è alleata con Bill Gates, patron di Microsoft, e con Masayoshi Son, ceo di Softbank, per la costruzione e il lancio di 500 piccoli satelliti destinati a fornire una copertura video senza precedenti dell'intero globo. Il progetto è della start-up EarthNow ed è ancora in fase iniziale; manca dei dettagli tecnici e di una data ufficiale di lancio. Di recente il numero uno della società aveva annunciato che nel progetto sarebbero stati utilizzati satelliti dal peso di 500 libbre ciascuno (226,796 chilogrammi) per un costo totale di 1 miliardo di dollari. Ma nulla è certo e i numeri potrebbero ancora cambiare. Un veterano del settore satellitare, Greg Wyler, già partner di Airbus e SoftBank per il progetto chiamato OneWeb, sarà il quarto investitore. Gates e Wyler investiranno nel progetto attingendo dalle proprie risorse, mentre Airbus sarà tanto investitore quanto partner del progetto. Avviata a Seattle con un numero di dipendenti davvero esiguo, la start-up ha iniziato a guadagnare terreno grazie al forte interesse per i piccoli satelliti destinati al mercato commerciale e a quello della sicurezza nazionale. Il progetto EarthNow punta a occuparsi di un'ampia gamma di applicazioni, tra cui la localizzazione delle attività di pesca illegali, il monitoraggio dei flussi migratori in zone di conflitto e quello delle attività agricole. Il business dei piccoli satelliti sta inoltre diventando un vero e proprio trend anche a livello governativo. Secondo alcune stime, il numero di Paesi dotati di satelliti in orbita attorno al pianeta Terra è in aumento e negli ultimi dieci anni si è attestato fra 40 e 80. (riproduzione riservata)



Dopo l'acquisto di Texture

Apple, modello Netflix per vendere le «news» come le serie tv

904

miliardi
Capitalizzazione
(in dollari) di
Apple ieri sul
Nasdaq

Dopo la musica, il gruppo guidato da Tim Cook si prepara a lanciare la sfida sulle notizie, attraverso un servizio in streaming a pagamento. Insomma, modello Netflix per l'informazione. Dietro l'ultima mossa per aumentare i ricavi generati dai contenuti e i servizi online, c'è il progetto di integrare la tecnologia di Texture, la piattaforma digitale per la distribuzione di riviste tradizionali comprata da Cupertino poche settimane fa.

Lanciata nel 2010 da sei grandi case editrici di giornali, tra cui Condé Nast e Hearst, Texture permette con un abbonamento mensile di 10 dollari accesso illimitato a più di 220 settimanali e mensili, tra cui *The New Yorker*, *Vanity Fair*, *People*, *National Geographic* e *Vogue*. Ora, dopo la ristrutturazione di Apple, che subito dopo l'acquisizione ha mandato a casa buona parte dei lavoratori, Texture sarà il centro intorno al quale ridisegnare Apple

News, l'app dell'azienda californiana dedicata all'editoria che non è mai decollata.

La sottoscrizione al servizio dovrebbe cominciare entro l'anno prossimo, anticipa *Bloomberg*. Il costo sarà fisso e una parte delle entrate dovrebbe andare agli editori, proprio come avviene con Apple Music per quanto riguarda i titolari dei diritti musicali.

Non è la prima volta che Apple si cimenta con le notizie. Al principio c'era Newsstand, una app che riuniva diversi giornali e riviste, ma per accedere alle pubblicazioni si dovevano sottoscrivere abbonamenti individuali. La nuova versione, Apple News, lanciata nel 2015, si basava sullo stesso principio. Ora Apple cambia totalmente approccio e punta a una semplificazione con un unico abbonamento, che a un costo fisso mensile coprirà più pubblicazioni. Sul modello del suo servizio Apple Music, che per 9,99 dollari al mese dà accesso a tutta la libreria musicale dell'azienda. Con l'obiettivo di aumentare, allo stesso modo, utenti e ricavi. Anche il debutto nello streaming musicale è avvenuto grazie a una serie di acquisizioni. Apple ha acquistato Beats Music e il business dei suoi dispositivi audio nel 2014 per 3 miliardi di dollari. Allora Beat Music aveva meno di un milione di abbonati, che oggi dopo l'integrazione in Apple Music sono saliti a oltre 40 milioni.

Giuliana Ferraino

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Vertice

Il ceo di Apple
Tim Cook.
Ingegnere,
57 anni,
guida il gruppo
dal 2011



FOCUS**Hi-tech****EDITORIA DIGITALE****Apple studia
lancio di news
a pagamento**

Apple starebbe lavorando ad un servizio di riviste digitali in abbonamento da lanciare il prossimo anno, secondo Bloomberg. Un modello che ricopia quello del servizio Apple Music, la piattaforma di musica in streaming a pagamento. E che integra quello di Texture, l'azienda acquistata da Cupertino poche settimane fa, che dal 2010 offre a pagamento la possibilità di accedere alle 200 riviste più lette attraverso l'app per dispositivi mobili.

Il servizio di editoria dell'azienda californiana dovrebbe essere attivato direttamente nell'app Apple News, attualmente non disponibile in Italia. Il costo sarà fisso e una parte delle entrate dovrebbe andare agli editori, come succede per i diritti agli autori e alle case per lo streaming della musica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

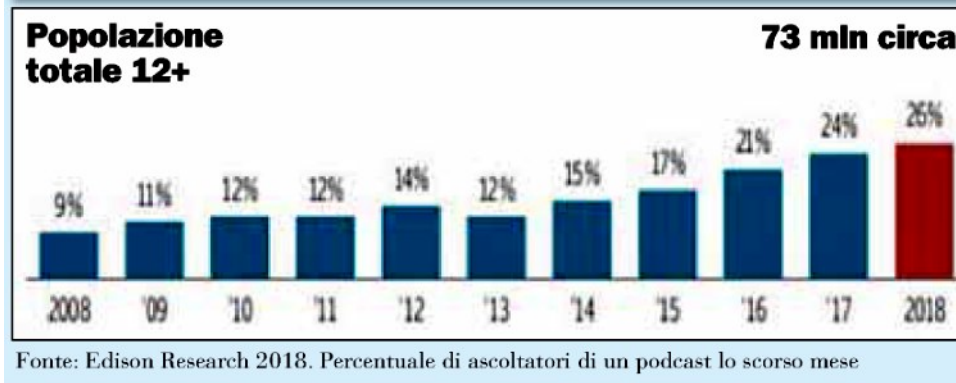


I contenuti audio online on demand avranno una spinta anche dai nuovi smart speaker

I podcast sulla strada delle serie tv

In Usa 73 mln di utenti al mese. In Italia si comincia

L'ascolto mensile dei podcast negli Usa



DI ANDREA SECCHI

Il 44% degli americani, circa 124 milioni di persone, ha ascoltato almeno una volta un podcast, ovvero un contenuto audio on demand, che sia fiction, informazione o altro. L'anno scorso la percentuale era del 40%, cinque anni prima del 27%. Al mese, secondo i dati di Edison Research, sono 73 milioni gli americani che ascoltano podcast e per alcune fasce della popolazione questo tipo di contenuti sono alla stregua delle serie tv. Dai podcast, per altro, cominciano proprio a nascere anche serie televisive: **Julia Roberts**, per esempio, farà la sua prima parte da protagonista in uno show tv con *Homecoming*, un thriller psicologico adattato dall'omonima audioserie di cui Amazon Prime ha già prenotato due stagioni.

Poi sempre negli Usa ci sono i casi di successo del tutto particolari, come il podcast fantascientifico finanziato da General Electric, *The Message*, in cui lo sponsor non compare mai, che è balzato in testa alle classifiche di iTunes nel 2015 e a tre anni dalla produzione continua ad attrarre ascoltatori. Oppure *The Daily*, il podcast del *New York Times* fra i più scaricati lo scorso anno, che in 20 minuti spiega cosa ci sia da sapere ogni giorno.

In Italia il fenomeno non è ancora così diffuso e non ci sono dati ufficiali che ne mostrino l'utilizzo. Le rilevazioni Tavolo editori radio-Ter sembrano indicare come i podcast siano ancora molto marginali nell'ascolto della radio. Ma a parte che una metodologia

come quella utilizzata non può riuscire a dare conto puntualmente dell'utilizzo dei podcast, in quel caso si tratterebbe delle registrazioni delle trasmissioni radio e non di contenuti creati ad hoc.

In ogni caso, stando a quel che accade Oltreoceano, i programmi audio on demand sembrano destinati ad avere uno spazio importante nelle abitudini di ascolto delle persone. Ci saranno in particolare due innovazioni tecnologiche che si suppone spingeranno in questa direzione: il diffondersi degli smart speaker e dei sistemi connessi nelle auto.

Secondo il report *The Infinite Dial 2018* di Edison Research e Triton Digital, che si occupa di tutto ciò che è audio digitale, il 18% degli americani, circa 51 milioni di persone, possiede almeno un altoparlante intelligente come Google Home, Amazon Echo o l'HomePod di Apple. Questi strumenti, ma in generale i dispositivi connessi, stanno scalzando le tradizionali radio in casa. Nel 2008 gli americani che non avevano un apparecchio radio erano il 4%, nel 2018 sono il 29% e se guardiamo soltanto ai 18-34enni la percentuale sale al 50%.

Nelle auto la radio tradizionale la fa ancora da padrona, ma con i sistemi connessi sarà naturale il passaggio dall'ascolto in fm/dab a quello online sia in streaming live (la stessa trasmissione che si trova via etere) sia on demand, per esempio per il programma radio che si è perso il giorno prima.

Ovviamente, auto connesse e smart speaker arrivano molto

dopo il principale dispositivo con cui si ascolta l'audio online: gli smartphone. Sempre lo stesso rapporto mostra come l'audience mensile dell'audio online (emittenti ma anche servizi in streaming) sia di 180 milioni di persone, il 64%, soprattutto grazie ai cellulari.

Tornando all'Italia, la produzione di podcast si sta comunque muovendo. A parte i podcast amatoriali e le registrazioni dei programmi radiofonici, serie vicine a quanto si produce negli Usa sono arrivate da Radio Rai, mentre *Repubblica*, con *Veleno*, ha fatto un esperimento che ricalca un famoso podcast americano (*Serial*). *La Stampa*, poi, ha lanciato la sezione PodLast. Molto viene però fatto da autori indipendenti, con prodotti tutt'altro che amatoriali.

Una società che sta cercando di dare il là allo sviluppo del settore si chiama MyVoxes, produttore di contenuti audio on demand che ha al suo attivo tra l'altro una serie di podcast sulla salute realizzati per un anno per *Starbene* e una per *Focus Junior*. Il progetto principale di MyVoxes è di portare in Italia l'esempio di GE con *The Message*: produrre podcast da distribuire gratuitamente sulle varie piattaforme grazie alla sponsorizzazione delle aziende. Attualmente sono cinque i progetti in fase di valutazione, audioserie per le quali la società (parte di Digital Mde, fra l'altro agente in Italia delle tecnologie di gestione delle campagne pubblicitarie audio di Triton Digital) vuole arruolare squadre di autori e produttori che già lavorano per la prima serata tv.

© Riproduzione riservata



Social network. Il gruppo annuncia una nuova protezione della privacy e sull'utilizzo dei dati personali

Facebook fa sue le regole europee

Versione limitata per adolescenti - Tajani: Zuckerberg venga a spiegarsi

GESTIONE DEL PROFILO

L'utente che ha già scelto di condividere informazioni politiche, religiose e sentimentali, dovrà ribadire di volere continuare

Francesca Milano

MILANO

■ Le nuove regole sulla privacy di Facebook si ispirano all'Europa: a partire da questa settimana agli utenti il social network di Mark Zuckerberg chiederà di scegliere, in maniera attiva e non più solo passiva, sull'uso dei propri dati personali. La campagna inizierà dai Paesi europei ma si estenderà poi a tutto il mondo. E proprio l'Europa adesso aspetta Mark Zuckerberg in persona: il presidente del Parlamento Ue, Antonio Tajani, ha scritto al fondatore di Facebook sottolineando «l'assoluta necessità di una sua personale presenza» per riferire sulla violazione delle norme sulla privacy «così come ha fatto davanti al Congresso Usa».

Intanto da Menlo Park i vicepresidenti Erin Egan e Ashlie Beringer lodano la normativa comunitaria: «Quando il Regolamento europeo sulla protezione dei dati è stato finalizzato - spiegano i vice presidenti di Facebook -, ci siamo resi conto che si trattava di un'opportunità per investire ancora di più nella privacy. Vogliamo non solo rispettare la legge, ma anche andare oltre i nostri obblighi». Il General Data Protection Regulation (Gdpr) della Ue entrerà in vigore il 25 maggio e introduce la necessità che l'utente fornisca un consenso «effettivo» e «inequivocabile» sull'uso dei propri dati. Niente più silenzio-assenso, quindi, né formule ambigue. Quello che Facebook avrebbe dovuto recepire obbligatoriamente dal 25 maggio, quindi, non solo viene anticipato ma anche esteso agli altri Paesi. In pratica, quindi, gli utenti si troveranno di fronte ad alcuni avvisi attraverso i quali la società di Menlo Park chiederà agli iscritti di ef-

fettuare delle scelte.

Partner pubblicitari

Attraverso un avviso Facebook chiederà alle persone di rivedere le informazioni sulle inserzioni basate sui dati forniti dai partner pubblicitari e di scegliere se vogliono o meno che il social usi i dati dei partner per mostrare loro le inserzioni pubblicitarie.

Informazioni del profilo

Gli utenti riceveranno anche un avviso relativo ai dati condivisi sul profilo: se un utente ha scelto di condividere informazioni politiche, religiose e sulla situazione sentimentale, Facebook gli chiederà se vuole continuare a condividerle e lasciare quindi che il social network usi queste informazioni.

Riconoscimento facciale

Ai cittadini europei e canadesi Facebook proporrà il riconoscimento facciale - già attivo nella maggior parte del mondo - per il quale bisognerà dare il proprio consenso.

Condizioni aggiornate

Restare su Facebook diventa una scelta consapevole: la società chiederà agli utenti di accettare la normativa sui dati e le condizioni d'uso aggiornate nelle quali ci sono maggiori dettagli su come funzionano i servizi offerti dal social network.

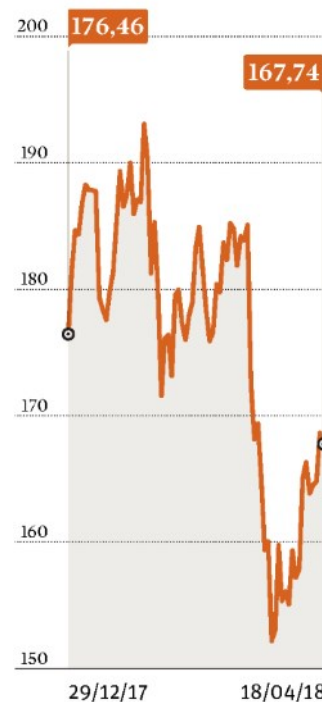
Under 15

Il regolamento Gdpr introduce una protezione rafforzata per gli adolescenti e Facebook ha deciso di tenerne conto anche fuori dai confini Ue: le categorie pubblicitarie per gli adolescenti vengono quindi limitate. I giovani tra i 13 e i 15 anni vedranno una versione meno personalizzata di Facebook, con condivisione limitata e annunci meno rilevanti, fino a quando non otterranno il permesso da un genitore o tutore di utilizzare tutti gli aspetti di Facebook.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Facebook

Andamento del titolo a New York



**La bufera dei social
Facebook under15
servirà il via libera
di mamma o papà**

ROMA Un nuovo aggiornamento sulla privacy per Facebook dopo lo scandalo Cambridge Analytica: stavolta stretta nella Ue sull'uso del social network sugli under 15, che potranno non rendere pubblici foto e altri post se non con l'ok dei genitori o del tu-

lore. Stretta anche sulla "spiabilità" dei profili degli under. Stop anche all'uso del riconoscimento facciale. Tajani convoca Zuckerberg: «Venga a dare spiegazioni anche al Parlamento Ue».

Malfetano a pag. 8

I social nella bufera Under 15 e Facebook post liberi soltanto con l'ok dei genitori

► Stretta per i teenager europei: è in arrivo il parental control
Tajani scrive a Zuckerberg: «Venga al Parlamento Ue a chiarire»

I punti chiave

Stop alla pubblicità se a navigare è un minore

1 La versione del social dedicata ai più piccoli sarà depurata dalla pubblicità e riconoscimento facciale. Ma soprattutto verrà limitata la visibilità pubblica dei contenuti: i post degli adolescenti saranno visibili solo agli amici.

No all'uso di foto altrui senza autorizzazione

2 La funzione usata per identificare eventuali tentativi di frode, come l'utilizzo di una foto profilo di un altro utente, e per semplificare il processo di tag degli amici sulle foto sarà ora soggetta alla volontà degli utenti.

Un click sarà sufficiente per tutelare i dati sensibili

3 Più semplice intervenire sulla privacy delle informazioni condivise dal nostro profilo. Basterà un click per nascondere dati come le appartenenze politiche, religiose o la propria situazione sentimentale.

LA DECISIONE DI CORRERE AI RIPARI DOPO LO SCANDALO DI CAMBRIDGE ANALYTICA E L'ARRIVO A MAGGIO DELLE NUOVE NORME SULLA PRIVACY

LA SVOLTA

ROMA Ancora un aggiornamento. Ancora sulla privacy. Facebook sembra finalmente aver preso sul serio la sicurezza dei suoi iscritti. A partire da ieri è iniziato l'adeguamento alle nuo-

ve norme stabilite dal Gdpr (General Data Protection Regulation), il regolamento europeo sulla privacy che entrerà in vigore a partire dal prossimo 25 maggio. La stessa Europa che chiede nuovamente un confronto diretto a Mark Zuckerberg per riferire sulla violazione delle norme sulla privacy: «È assolutamente necessaria una sua personale presenza» ha dichiarato in una lettera il presidente del Parlamento Ue Antonio Tajani. Il numero uno di Facebook aveva tentato di inviare al suo posto Joel Kaplan, suo vicepresidente

per le Politiche pubbliche e le Relazioni esterne. L'invito di Tajani, sollecitato da tutti i gruppi politici di Bruxelles, stavolta è stato più netto: «Siamo convinti - si legge nella lettera - che i mi-



lioni di europei interessati dallo scandalo di Cambridge Analytica meritano una piena e completa spiegazione da parte del top manager di Facebook, proprio come avvenuto per i cittadini Usa». Per non farsi cogliere impreparato all'appuntamento, Zuckerberg ha iniziato a modificare le sue politiche. Nei prossimi giorni permetterà agli utenti di rivalutare i dati condivisibili con i partner pubblicitari e intervenire sulle informazioni che di solito pubblicano sul proprio profilo.

LE MODIFICHE

Sarà più semplice gestire informazioni come le appartenenze politiche, religiose, luogo di nascita o la situazione sentimentale. Non solo, Facebook interviene anche sul riconoscimento facciale, la tecnologia usata dal social per identificare tentativi di frode e semplificare il processo

di tag degli amici sulle foto. La novità però riguarda gli adolescenti, già al centro dello scandalo che sta travolgendo YouTube per via del suo scarso controllo sulla profilazione pubblicitaria dei video pubblicati sulla piattaforma. Facebook corre ai ripari, seguendo le direttive del Gdpr interviene sull'età minima necessaria per utilizzarlo. Come si legge nel comunicato rilasciato ieri «le persone di età compresa tra i 13 e i 15 anni in Europa avranno bisogno del permesso di un genitore o tutore per compiere azioni specifiche su Facebook». Queste azioni riguardano la visibilità pubblica dei propri profili: ai minorenni non sarà possibile mostrare e vedere foto, post e informazioni al di fuori della cerchia degli amici, salvo autorizzazione dei genitori; permesso che comunque non consentirà il riconoscimento facciale. Nessuna possibilità di

spiare né di mostrarsi eccessivamente quindi: il "nuovo Facebook per minori" post Gdpr sembra allontanarsi da ciò che l'aveva reso innovativo. A cambiare è anche il rapporto con la pubblicità; il social non potrà permettere ai suoi partner pubblicitari di sponsorizzare post commerciali per minori, anche in questo ci vorrà un consenso esplicito. Ma il vaso di Pandora ormai è aperto e dopo lo scandalo Cambridge Analytica che ha trasformato la privacy in una priorità assoluta, il capo di Facebook deve proteggersi a 360 gradi. Secondo le ultime indiscrezioni anche Whatsapp, la popolare app di messaggistica istantanea appartenente alla scuderia tech di Zuckerberg, sarà vietata ai minori di 16 anni a meno che non siano autorizzati dai genitori.

Francesco Malfetano

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Mark Zuckerberg interrogato dal Congresso Usa; a destra la sede di Dublino

Intervista. Amos Genish: tra Vivendi e il piano Elliott differenze significative - «Cdp dica che cosa vuole»

«Basta scontri tra i soci Tim»

«Pronto a restare ceo se il piano è confermato» - Apertura su conversione titoli di risparmio

■ A una settimana dalla (prima) assemblea di Tim, il ceo Amos Genish a Il Sole 24 Ore dice che «esiste una significativa differenza tra la strategia supportata dal consiglio Tim e il libro bianco di Elliott». Tuttavia, «è molto rischioso e dannoso per la società un conflitto pro-

lungato tra gli azionisti», dice il manager israeliano (nella foto). Se in assemblea la lista presentata dal fondo attivista dovesse avere la meglio, portando a un rimiscolamento del consiglio, cosa farà il consigliere delegato espresso da Vivendi? «Tim è un progetto chimista a cuore e

considero un privilegio restarne alla guida. Certamente se cambia la composizione del consiglio il piano andrà riconfermato. Occorrerà verificare se nel board ci sarà un clima di fiducia e allineamento col ceo: è una questione di "chimica"».

Antonella Olivieri ▶ pagina 3

«Un privilegio restare alla guida di Tim, ma il board dovrà riconfermare il piano»

«Se vince Elliott occorrerà verificare l'allineamento del cda con il ceo»

L'esito dell'assemblea

Il manager non si sbilancia ma sul piano vede «la stragrande maggioranza» dei fondi a favore

Le cessioni

Nella strategia targata Vivendi nessuna vendita in agenda oltre a quella (possibile) di Sparkle

«È molto rischioso per il gruppo un conflitto prolungato tra i soci: vorrei fosse chiaro a tutti»

«Forniture sovrapagate: l'attacco al ruolo di Sibony una reazione al cambiamento»

di Antonella Olivieri

Amos Genish, ceo di Telecom Italia, è in mezzo alla battaglia del suo azionariato, da una parte Vivendi dall'altra Elliott. Chi ha torto e chi ha ragione? E chi vincerà: Singero Bolloré?

Anzitutto vorrei chiarire che esiste una significativa differenza tra la strategia supportata dal consiglio Tim e il libro bianco di Elliott. Per garantire una sostenibile creazione di valore occorre focalizzarsi sul miglioramento della metrica finanziaria e operativa della società. Che vuole dire trasformazione digitale, migrazione alla fibra, cloud, digitalizzazione end to end, allocazione efficiente degli investimenti. Il piano Tim ha l'obiettivo di aumentare il free cash-flow prima della distribuzione dei dividendi a 4,5 miliardi (cumulati) in tre anni, quasi il triplo rispetto agli 1,6 miliardi generati nei tre anni prece-

denti. Questo ci aiuterà a ridurre l'indebitamento: a fine esercizio raggiungeremo un rapporto net debt/Ebitda di 2,7 volte, che calerà ulteriormente negli anni successivi. Quando recupereremo l'investment grade - e penso potrà succedere già nel 2018 - si potrà cominciare a ragionare sul ritorno al dividendo per le azioni ordinarie. Quanto al perimetro del gruppo, l'unico asset che potremmo cedere è Sparkle, poi bisogna vedere perchè ci sono i vincoli del golden power. Tutto il resto per il nostro business è strategico.

Anche Inwit? Le voci di mercato parlavano di disimpegno.

Certamente. Inwit e il Brasile, sono asset strategici. Elliott ha un approccio più finanziario. L'impressione è che questo porti a cambiamenti drastici: la cessione della maggioranza della società della rete, la perdita del controllo su Inwit, M&A in Brasile (non voglio dire il

nome, ma il mercato specula su Oi). Tim resterebbe una società di servizi, concentrata sull'Italia, fragile e indebitata perchè dovrà distribuire dividendi a pioggia. Elliott punta alla creazione di valore per gli azionisti con la monetizzazione della Netco, di Inwit e del Brasile. Noi riteniamo centrale per il nostro business la rete e importante l'integrazione verticale. La separazione non ha funzionato bene nei pochi casi in cui è stata realizzata. Altrettanto riteniamo che, soprattutto con l'avvento del 5G,



abbia un significativo valore per Telecom controllare Inwit. Quanto a operazioni di M&A in Brasile questo potrebbe cambiare il profilo di rischio e compromettere l'afflusso di dividendi da Tim Brasil. La società superstita sarebbe vulnerabile, non in grado di competere con i concorrenti internazionali. La politica dei dividendi si potrà rivedere solo quando le basi saranno più solide: bisogna fare attenzione ai passi prematuri. In conclusione: noi abbiamo il focus sull'operatività e una visione di lungo termine, Elliott sugli aspetti finanziari e un'ottica di più breve periodo.

Vuol dire che non si cambierà nulla nei piani di Tim?

C'è sempre spazio di discussione. Elliott è un azionista importante, ma non dispone di informazioni dall'interno dell'azienda. Spero che comprendano che ci sono delle limitazioni in quello che si può fare e che si avvicinino alla visione del management.

Conferma che li incontrerà nuovamente tra qualche giorno?

Li ho incontrati più volte, l'ultima qualche giorno fa. Al momento non ho altri appuntamenti in agenda, ma ritengo importante come ceo di Tim ascoltarli e credo che anche per loro sia importante ascoltare me perché si sviluppi un dialogo costruttivo.

Maincontra Elliott come messaggero di Vivendi o come manager indipendente?

Come ceo di Tim, non come messaggero di Vivendi.

Non ha risposto però alla mia prima domanda: chi vincerà?

Non è prevedibile quello che succederà all'assemblea del 24 aprile o a quella del 4 maggio. Posso però dire, avendo incontrato molti investitori, che se si votasse sul piano la stragrande maggioranza sarebbe a favore. Vivendi sostiene in pieno il piano e questo è quello che importa al management.

Il mercato non ha gradito che, astenendosi in assemblea, Vivendi abbia stoppato la conversione delle risparmio attesa da vent'anni. È un obiettivo per lei?

La conversione dipende da quanto gli azionisti siano disposti a sopportare la diluizione che ne consegue. Il management può solo scegliere il timing: da fine settembre quando sono stato nominato ad non ci sono mai state le condizioni tecniche per poter proporre l'operazione. Comunque oggi la differenza di remunerazione tra le due categorie di azioni è di 160 milioni, quando si inizierà a pagare il dividendo anche alle ordinarie la differenza scenderà a 66 milioni. Vogli dire che non è un pro-

blema di impatto materiale, semmai di struttura del capitale non ottimale.

L'ipotesi di una fusione tra la rete Telecom e Open Fiber gode di ampi consensi. Ha mai considerato l'opzione o potrebbe considerarla in futuro?

Ci sono alcuni vantaggi nel limitare le duplicazioni, questo potrebbe creare valore per gli azionariati di entrambe le società, ma dipende dal valore del business che oggi non è chiaro né per noi né per loro. C'è poi il tema Antitrust e Agcom, sarebbe da verificare quali rimedi verrebbero imposti. Molti invocano un modello Rab, ma per adottarlo deve cambiare la regolamentazione. Comunque non è realistico il multiplo di 8,3 volte l'Ebitda che cita Elliott, è esagerato perché la Netco non sarebbe una utility: infatti la Netco quotata in Nuova Zelanda ha un multiplo di poco superiore a 6. Noi siamo sempre favorevoli al consolidamento, siamo aperti a discuterne, ma finora il ceo di Enel (che con Cdp è azionista paritario di Open Fiber, ndr) si è sempre mostrato non interessato.

Il Governo però non sembra soddisfatto dell'avanzamento degli investimenti in fibra di Telecom Italia. Del resto il piano precedente prevedeva per fine 2017 una copertura Fttc (Fiber to the cabinet) all'85%, invece vi siete fermati al 77%.

Chi l'ha detto che il Governo non è soddisfatto? Ogni volta che ci ho parlato sono sempre sembrati contenti di quanto stiamo facendo, visto che siamo il più grande investitore in Europa, destinando alle infrastrutture oltre il 20% dei nostri ricavi. Da parte mia, mi sono impegnato con il Mise e l'Agcom a raggiungere, insieme a Infratel, gli obiettivi dell'agenda digitale europea che per il 2025 prevedono la copertura integrale del territorio con almeno 100 mega. Tim investirà molto anche sul 5G che per la competitività di un Paese è forse anche più importante della fibra. Quanto alla copertura, c'è un ritardo di sei mesi tra la posa della fibra e la sua accensione, ma quest'anno supereremo l'80%.

Il ruolo di Michel Sibony è stato criticato da molti. Non ritiene sia poco efficiente per un gruppo che muove 11 miliardi di acquisti avere un responsabile part-time?

Fisicamente Sibony è presente due giorni e mezzo alla settimana, ma oggi un manager non deve essere sempre presente e lui è al lavoro 24 ore su 24.

Sì, però non è fisicamente presente perché ha molti altri impegni a Parigi nel gruppo Bolloré, in

Vivendi, in Havas, in Canal Plus.

La priorità numero 1 in questo momento per lui è Tim. Noto con disappunto che continua a circolare la teoria del complotto e penso che gli attacchi a Sibony siano una reazione alla politica di elevare la supply chain al livello dei migliori standard internazionali, cosa che sta già producendo risultati. Telecom ha sovrappagato i fornitori per anni, adesso si cambia. Poiché chiaramente ci sarà un direttore acquisti a tempo pieno, ma in questo momento è importante avvalersi dell'esperienza internazionale di un manager come Sibony.

Sky e Mediaset hanno stretto un accordo di scambio contenuti, che però non comporta esclusive. È ancora valida da parte vostra l'offerta sui contenuti Mediaset da 460 milioni?

Il progetto è ancora valido. Vogliamo offrire il triple play, con broadband e mobile, comprando contenuti internazionali e locali. In Italia i player principali sono Sky e Mediaset. Con Sky abbiamo negoziato intensamente, ma poi forse ci percepivano come una minaccia - si sono ritirati. Con Mediaset ci siamo visti anche la scorsa settimana e sono fiducioso di arrivare alla firma in tempi ragionevoli. Chiaramente però il budget è cambiato anche perché non possiamo più contare sull'apporto di Canal Plus, visto che la gestazione della joint venture - che doveva servire da veicolo - ha avuto dei ritardi e il management Tim ha deciso di andare avanti da solo.

E il calcio? All'asta per la serie A avevate offerto 40-50 milioni, si dice.

Preferisco non commentare le cifre, ma l'ingresso di Mediapro ha aperto nuove prospettive. Li abbiamo incontrati una settimana fa e conto che abbiano compreso che conviene anche a tutti consentire a Tim di entrare in gioco e allargare il mercato. Certamente non abbiamo il budget di Sky, perché non abbiamo cinque milioni di abbonati, ma l'importante è iniziare.

Cdp: le sembra corretto non tener conto dell'evoluzione dell'azionariato nel ricomporre un nuovo board?

Non sta a me rifare il cda. Avremo l'occasione di incontrarci e di capire la loro posizione. Ci sono molti aspetti da chiarire - considerato anche che la Cassa è anche azionista di Open Fiber - ma non tocca al management Tim farlo, bensì alla Cdp.

In conclusione: se ne andrà da Tim se Vivendi finisce in minoranza?

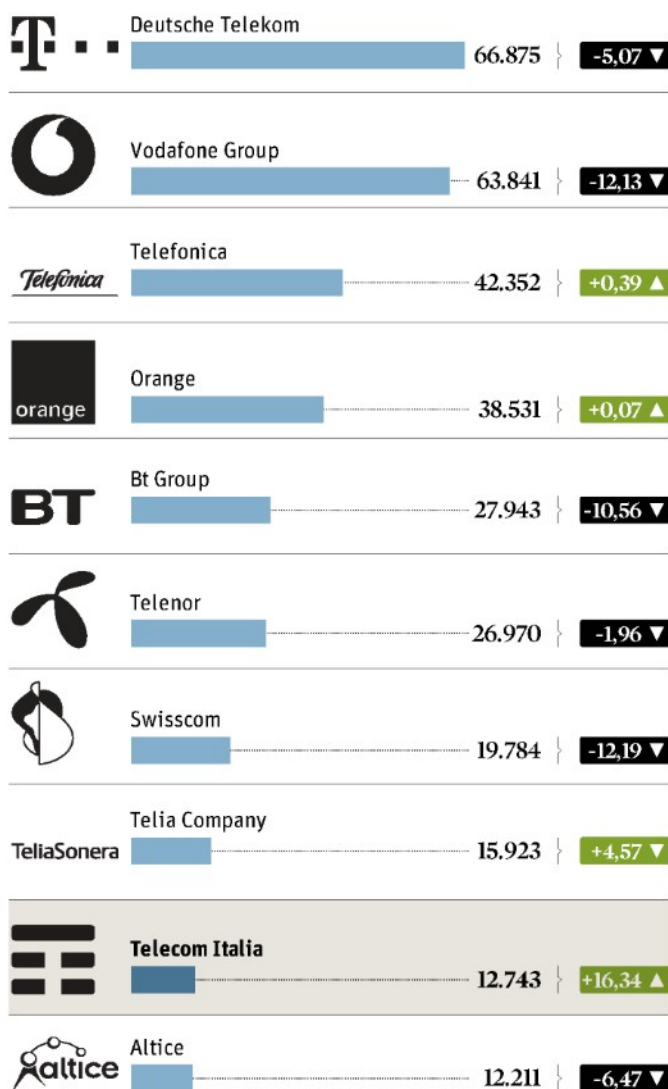
Tim è un progetto che mi sta a cuore e considero un privilegio re-

stare all'agguato. Conosco Vivendi e so che sostiene con convinzione il mio piano: la lista di Vivendi la conosco meglio. Con gli altri ho poca dimestichezza, ma non è Elliott che entrerebbe in cda bensì i suoi candidati indipendenti. Ho avuto occasione di parlare recentemente solo con uno di loro, Fulvio Conti, e l'ho trovato una persona ragionevole di vedute aperte. Certamente se cambia la composizione del consiglio il piano andrà confermato. Occorrerà verificare se nel board ci sarà un clima di fiducia e allineamento col ceo, è una questione di "chimica". L'importante però è che questa telefonata finisca il prima possibile, speriamo finisca il 4 maggio. È molto rischioso e dannoso per la società un conflitto prolungato tra gli azionisti: vorrei che fosse chiaro a tutti. Come deve essere anche chiaro che l'azienda sta andando avanti con l'implementazione del piano strategico e il raggiungimento degli obiettivi operativi comunicati al mercato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il confronto europeo

Capitalizzazione in mln di euro e performance % del titolo da inizio anno



DICE DI LORO



Paul Singer

Fondatore del fondo Elliott

«Elliott è un socio importante ma non dispone di informazioni interne e spero che comprenda che ci sono limiti a ciò che si può fare»



Claudio Costamagna

Presidente Cassa depositi e prestiti

«Ci sono molti aspetti da chiarire sulla linea della Cassa e lo faremo, ma non tocca a me rivedere la composizione del cda»



Carlo Calenda

Ministro dello Sviluppo economico

«Ho incontrato il governo più volte e mi sono parsi contenti di quanto stiamo facendo sul versante degli investimenti»



Pier Silvio Berlusconi

Amministratore delegato Mediaset

«Con Mediaset ci siamo visti ancora la settimana scorsa e confido di arrivare alla firma di un accordo in tempi ragionevoli. Certo il budget è cambiato»



Manager. Amos Genish, nato nel 1960 a Tel Aviv, da settembre 2017 è amministratore delegato di Telecom Italia

La contesa. Dal cda della Cassa appoggio a Elliott

Domani l'udienza sui ricorsi in Tribunale

■ Cassa Depositi e prestiti si prepara a sostenere la linea Elliott all'assemblea del 24 aprile di Tim dove si presenterà come azionista del gruppo tlc al 4,2%. Tutto questo mentre sale l'attesa per l'udienza, fissata per domani, sui ricorsi di urgenza presentati da Tim e Vivendi contro la delibera del collegio sindacale che ha integrato l'ordine del giorno dell'assemblea del 24 aprile. In proposito il giudice potrebbe depositare la sua decisione lunedì 23 aprile.

Ieri il braccio finanziario del Tesoro ha riunito il cda che ha comunicato la convocazione dell'assemblea di bilancio per il 23 maggio in prima e per il 20 giugno in seconda convocazione. Si tratta del primo board della Cdp post ingresso in Tim e proprio il dossier tlc sarebbe stato al centro dell'incontro. Con l'obiettivo di mettere a punto la strategia in vista dell'assemblea del 24 aprile. L'impressione, negli ambienti finanziari, è che Cdp si prepari a sostenere la linea Elliott e i consiglieri proposti dal fondo per la sostituzione dei 6 dimissionari. Un appoggio al fondo attivista, peraltro, ieri consigliato anche dal proxy advisor Glass Lewis che, in linea con Iss e Frontis, ha

invitato i soci di Tim a votare la lista di Elliott per il cda nell'assemblea del 4 maggio. Per il proxy advisor Vivendi «lungi dal fare un mea culpa collettivo per la mediocre governance di Tim, la performance scialba e il catalogo di operazioni dubbie» ha orchestrato «le dimissioni in massa» dei suoi consiglieri per schivare le richieste Elliott.

La posizione assunta da Glass Lewis conferma quanto si era già visto per l'assemblea del 24 aprile, ossia un orientamento unanime dei tre proxy advisor - le cui raccomandazioni condizionano il voto dei fondi - per scalzare Vivendi, la cui gestione è stata considerata insoddisfacente, e assegnare la maggioranza del cda ai candidati di Elliott. Infine, dalla documentazione integrativa richiesta dalla Consob a Tim, emerge che il consigliere indipendente Felicité Herzog attraverso la società Apremont Conseil, di cui la stessa è Presidente e Amministratore Unico ha avuto rapporti di consulenza con Vivendi Sa che nel 2016 si sono tradotti in un fatturato pari ad 395.000, corrispondente al 94% del fatturato totale.

Mar. Man.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'INTERVISTA

Il numero uno della Consob
"Risvegliamo il risparmio"

MARCO ZATTERIN

A PAGINA 9

IL NEOPRESIDENTE

Nava e l'anno zero della Consob
"Dobbiamo risvegliare il risparmio"

La prima idea: "Un parlamentino dei mercati per sciogliere insieme i nodi"

Tim è una bella partita da arbitrare. Dobbiamo garantire la trasparenza. L'obiettivo è assicurare che il gruppo abbia i mezzi necessari per crescere.

Difendere l'italianità non vuol dire tenere gli stranieri fuori dal Paese. Strane polemiche sul mio distacco. Ho ben seguito la prassi e la legge.

Mario Nava
Presidente della Consob



Intervista

MARCO ZATTERIN
MILANO

Per la Consob è l'anno zero, dunque un'opportunità per ricominciare. Mario Nava, da tre giorni presidente della Commissione di Borsa, ne è consapevole, tanto da avere già in mente un piano preciso per capovolgere l'onere della missione: «Dobbiamo diventare un'autorità di mercato che aiuti le aziende e le accompagni a seguire le regole e a crescere, senza essere solo un tribunale che giudica a cose fatte, con un approccio giustizialista e punitivo». L'auspicio è un «atteggiamento positivo, aperto e favorevole al mercato». L'obiettivo è ripristinare la fiducia, per far sì che la risorsa «dormiente» del risparmio diventi investimento attivo. In pratica, vuol dire evitare eccessi normativi, puntare sul dialogo costruttivo, considerare normale e positivo che gli stranieri investano in Italia, proprio come lo è che gli italiani giochino lo stesso match. A patto che tutti agiscano nel rispetto delle regole.

Il pensiero va a Tim, la sfida del momento. «Una bella partita da arbitrare, fondamentale per i mercati italiani», ammette Nava nel suo ufficio mila-

nese di via Broletto, persuaso che «se gli investitori internazionali mostrano interesse per una infrastruttura italiana di livello è segno di fiducia nel Paese». Ciò non toglie che «la Consob debba garantire che si agisca nel modo più corretto e che si arrivi al risultato migliore per gli investitori e per gli utenti: assicurare che un'azienda strategica per il Paese abbia i mezzi necessari per lo sviluppo». Lineare pensiero europeo, quello del neopresidente. Dopo 24 anni di Bruxelles, è felice di essere nuovamente in Italia, gli pare un modo per restituire qualcosa alla sua terra. «È come fare il militare a cinquant'anni!», scherza.

La Consob non è uscita bene dalla Commissione parlamentare sulle banche. E adesso?

«Prendo la guida della Consob in un momento di bassa reputazione. Il lavoro della Commissione d'inchiesta va studiato a fondo per vedere cosa fare per migliorare il nostro operato, a cominciare dalle relazioni con Bankitalia, Ivass e Tesoro. Si richiede un salto di qualità di cui credo tutto il nostro personale abbia voglia».

Che vuol dire «essere più autorità di mercato»?

«Privilegiare l'intervento preventivo rispetto a quello sanzionatorio ex post. Servono relazioni continue, istituzionali e stabili coi partecipanti al mercato. Intendo creare un gruppo

in cui chiamerò i principali operatori, le banche, i consumatori, le aziende quotate, gli emittenti di titoli, gli intermediari. Si tratta di ragionare e vedere assieme cosa è meglio per tutti».

Il parlamento del mercato?

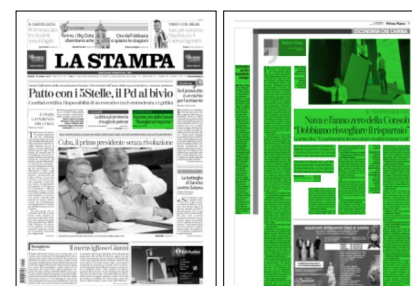
«Un gruppo di parti interessate con un flusso di informazioni bidirezionale. Mi aspetto che loro ci dicano cosa non funziona. Noi dobbiamo dire loro che cosa va migliorato. Riunioni ogni 6-8 settimane. Vorrei presiedere la prima, ma poi dovrebbero farlo loro».

Come valuta Piazza Affari?

«Non è all'altezza dell'economia nazionale, che è la sesta nel mondo, mentre i mercati finanziari sono solo al diciottesimo posto. Urge ridurre questo divario. Ma il problema non è solo questo. La questione centrale è dare agli investitori un'alternativa per finanziarsi rispetto al canale bancario. Passare dal bancocentrismo - sistema meno stabile, soprattutto in tempi di crisi - al mercatocentrismo».

Qualcosa da salvare?

«Certo. Vedo segnali positivi da



Borsa Italiana: Elite, Aim o le 50 quotazioni annunciate per il 2018. Sono germogli che si stanno sviluppando».

Ogni volta che arrivano stranieri in Italia è guerra. Soffriamo di xenofobia finanziaria?

«Non direi. Gli investimenti stranieri indicano che il mercato è giudicato attraente. È però normale che un investitore italiano - pubblico o privato, è indifferente - risponda. O che altri stranieri facciano lo stesso. Fa parte del gioco».

Difendere l'italianità è un valore?

«Difendere l'italianità non vuol dire assicurarsi che gli unici investitori siano italiani. Sarebbe un autogol. Piuttosto significa assicurarsi che in Italia ci sia un mercato attraente e ben funzionante per tutti, italiani e stranieri».

Avrà un settennato Fintech. Come affrontare la rivoluzione?

«Lo sviluppo tecnologico sta trasformando sempre di più il nostro smartphone nella nostra banca. Nel settore entrano nuovi operatori. Dovranno dare ai

risparmiatori le stesse protezioni di una banca tradizionale. Il rispetto delle regole è la condizione sine qua non, l'azienda deve essere solida e il terreno uguale per tutti. Detto questo, ognuno farà il suo mestiere».

Prodotti nuovi come il bitcoin possono essere micidiali.

«Sì. Ma il bitcoin non è una valuta. Chi compra bitcoin è come comprasse violini. Il prezzo può salire o crollare. Laddove ci sono regole, i rischi sono minimizzati. Vorrei che in Italia si capisse la differenza fra risparmio e investimento. Chi compra azioni, non è più un risparmiatore».

Occorrono nuove norme per le criptomonete?

«Siamo in una economia di mercato. Una volta che hai detto "attenzione, non ci sono garanzie e puoi perdere tutto!", se uno vuole andare avanti, è una sua scelta, a suo enorme rischio e pericolo. Le autorità europee hanno messo in guardia sui rischi».

Veniamo a Tim. Avete chiesto chiarimenti. Perché?

«È stata una doverosa mossa

per la trasparenza dei processi decisionali».

La sua nomina ha generato polemiche. Tempi lunghi, hanno detto. Che effetto le fa?

«Mi ha stupito. Sono stato informato dell'incarico il 22 dicembre. L'audizione parlamentare è stata il 17 gennaio. Poi dovevo chiudere il pacchetto Npl a Bruxelles, inizialmente previsto per il 28 marzo. Era chiaro sin dall'inizio che sarei arrivato il 16 aprile. Meno di quattro mesi, compreso Natale, Pasqua e le elezioni non mi sembra tanto».

L'hanno contestata per aver scelto il distacco dalla Commissione e non l'aspettativa.

«Sono rimasto basito. L'aspettativa si chiede solo per ragioni personali e dura un anno. Il distacco, accordo tra Commissione Ue e Stato italiano, rispetta in pieno la legge e la prassi. Non per nulla è stato convalidato dai servizi giuridici delle quattro istituzioni coinvolte: presidenza del Consiglio, Commissione Ue, Quirinale e Corte dei Conti».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Da Bruxelles per fare il presidente manager

— Mario Nava ha un'idea precisa per il futuro. «Vorrei essere un presidente-manager - assicura - : sono troppo giovane per essere "onorario"!». Classe 1966, milanese, ha 24 anni di Commissione europea alle spalle e un ba-

gaglio di conoscenze dei mercati finanziari e delle banche difficile da emulare. Dopo la crisi esplosa nel 2007, è stato il motore tecnico e il coordinatore della riforma delle finanze continentali. Era destino, evidentemente. Economista per vocazione, nel 1989 ha conseguito la laurea all'Università Bocconi; nel 1992 è seguita una laurea specialistica

all'Università Cattolica di Lovanio in Belgio; nel 1996 un dottorato in finanza alla London School of Economics. Era uno dei «golden boys» di Romano Prodi quando il professore era presidente e ha lavorato con Mario Monti. Appassionato di calcio, tifa per l'Inter.

50

Quotazioni

La Borsa si attende 50 nuovi ingressi sul listino entro l'anno. Nava sostiene che è un segnale incoraggiante ma che il mercato è troppo piccolo: «È ora di archiviare l'era bancocentrica».

Mario Nava
Da lunedì
presidente
della Consob,
la
Commissione
di Borsa
che vigila
sui mercati
finanziari



Chi è, come si muove, chi sono i suoi uomini nel nostro Paese: identikit del finanziere che con il suo fondo «attivista» tenta un clamoroso ribaltone degli equilibri in Telecom Italia. In base a un principio molto anglosassone: le azioni si contano e non si pesano.

Elliott e le storie tese

di Stefano Cingolani

Dieci anni fa, quando scoppiò la grande crisi, li chiamavano avvoltoi, locuste, vampiri; poi sono diventati, più prosaicamente, fondi attivisti; adesso l'ironia della storia rischia di trasformarli in campioni della sovranità nazionale. L'offensiva in Tim del fondo americano Elliott contro la Vivendi di Vincent Bolloré ha raccolto un ampio consenso mediatico-politico. Non solo: è sceso direttamente in campo il governo italiano attraverso la Cassa depositi e prestiti che ha acquistato il 4,5 per cento delle azioni sul mercato con il plauso dei partiti che hanno vinto le elezioni, a cominciare dalla Lega e dal Movimento 5 Stelle.

All'assemblea di martedì 24 la Cdp si schiererà con il fondo che detiene il 13,7 per cento, ma che potrebbe contare sul 34-35 del capitale se altri fondi voteranno la sua lista, contro il 24 del gruppo francese. Comunque vada a finire,

la campagna italiana di Elliott segna uno spartiacque.

Non c'entra niente Walt Disney (ricordate il grazioso film *Elliott il drago invisibile?*) tanto meno l'augusto poeta della Terra desolata: Paul Elliott Singer ha voluto dare il suo secondo nome alla propria creatura, un hedge fund, il cui obiettivo è produrre rendimenti costanti nel tempo, attraverso investimenti singolarmente ad alto rischio finanziario, ma con ritorni molto fruttuosi. Gli impieghi vengono suddivisi in una pluralità di operazioni in modo da bilanciare le perdite, con tecniche chiamate in inglese hedging (da hedge, siepe) cioè tali da coprire le esposizioni pericolose con impieghi più sicuri. Al gioco può partecipare solo chi ha un patrimonio consistente: almeno un milione di dollari negli Stati Uniti con un massimo di 99 soci (mezzo milione di euro secondo le norme

Paul Elliott Singer
74 anni, americano,
fondatore di Elliott
Management Corp.
Il suo patrimonio è
valutato 2,9 miliardi
di dollari.

Stop ai francesi
Vuole estromettere
Vivendi (Bolloré)
dalla gestione.



italiane senza un numero limite di investitori).

Paul Singer, classe 1944, figlio di un farmacista ebreo di Manhattan, dopo la laurea alla Harvard Law School si butta negli affari con una delle banche d'investimento più aggressive nella compravendita di aziende, la Donaldson, Lufkin & Jenrette. Dopo tre anni, nel 1977, è già in grado di creare il suo fondo raccogliendo 1,3 miliardi di dollari.

Manovra titoli pubblici di Paesi sull'orlo del crac (ha operato alla grande in America del Sud, soprattutto in Perù e Argentina) così come aziende in crisi con potenzialità di rimettersi in carreggiata: la compagnia aerea Twa, Chrysler, Delphi, Enron, WorldCom, Mci e via di questo passo. La crisi è stata una manna; anche se non sempre le cose gli sono andate bene, Singer ha potuto garantire un rendimento medio annuo del 14 per cento.

Repubblicano della prim'ora, sostenitore di Rudy Giuliani e Marc Rubio, ha combattuto Donald Trump con il quale poi sembra essersi riconciliato. Da quando suo figlio Andrew ha fatto outing, Paul Elliott ha preso a staccare cospicui assegni per la comunità Lgbt: si parla di oltre 10 milioni di dollari.

Lo hanno chiamato in mille modi, ma lui ha sempre trascinato in tribunale (la sua specialità) chi lo accusava di essere un puro speculatore. Memorabili la sfida contro il presidente peruviano Alberto Fujimori e la guerra giudiziaria all'Argentina costretta a rimborsare 2,4 miliardi

di euro, dieci volte la cifra investita nei tango bond.

In Italia ha una causa aperta con Finmeccanica e Hitachi per la cessione di Ansaldo Breda e della Sts ai giapponesi a un prezzo che avrebbe penalizzato gli investitori di minoranza. Il fondo, inoltre, fa da sostegno finanziario a Yonghong Li che ha acquistato il Milan dalla Fininvest di Silvio Berlusconi, ma se l'uomo d'affari cinese non restituisce entro ottobre 303 milioni di euro più 70 d'interessi, Elliott potrebbe diventare il proprietario della squadra di calcio nel cui consiglio di amministrazione è rappresentato da Paolo Scaroni.

L'ex presidente dell'Eni, che oggi lavora per Rothschild, è solo un petalo della rosa trasversale che Singer ha messo insieme: spiccano Fulvio Conti, ex capo azienda di Enel, Rocco Sabelli cresciuto in Telecom Italia prima di andare all'Alitalia, Alfredo Altavilla top manager della Fca («L'ho incoraggiato io», ha detto Sergio Marchionne qualche giorno fa, e i maligni sostengono che così ha un candidato in meno alla propria successione), Luigi Gubitosi già Fiat, Wind, Rai e oggi commissario nella compagnia aerea di bandiera, candidato a prendere il posto di Amos Genish che Vivendi ha catapultato alla guida di Tim.

Insomma, se Elliott è un vascello corsaro, le sue lettere di corsa portano senza dubbio firme prestigiose. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

