

Rassegna del 21/11/2018

| | | | | |
|---------------------|----|---|-------------------------------|----|
| Sole 24 Ore | 14 | In Italia 6,4 milioni di linee ultraveloci In crescita fibra e traffico dati mobile | Biondi Andrea | 1 |
| Foglio Insetto | 3 | L'Opa cinese sulle reti strategiche marcia solo qui | Cau Eugenio | 2 |
| Repubblica Lab | 2 | Intervista a Nicholas Negroponte - Essere biotech: la nuova profezia di Negroponte - "Smartphone, la sua fine è vicina c'è bisogno di grandi display" | D'Alessandro Jaime | 3 |
| Avvenire | 14 | Scuola&futuro - Imparare in classe i primi segreti del mondo digitale | Fraore Ernesto | 6 |
| La Verita' | 19 | In classe arrivano robotica e Internet of things | Merico Chiara | 10 |
| Sole 24 Ore | 16 | Black Friday, un acquisto su tre con lo smartphone - Black Friday 2018, un acquisto su tre dallo smartphone | Netti Enrico | 11 |
| Sole 24 Ore | 16 | Non solo marche, c'è il private label | E.N. | 12 |
| Sole 24 Ore | 17 | Commercio Usa, cresce solo chi segue la scia di Amazon | Barlaam Riccardo | 13 |
| Repubblica | 29 | Offerta di Amazon per 22 reti regionali della Walt Disney | ... | 15 |
| MF Fashion | 3 | Alibaba e Google tra retail e virtuale | Merli Alice | 16 |
| MF Fashion | 2 | La customer experience diventa channel-less | Tofanelli Ludovica | 17 |
| Sole 24 Ore | 20 | In breve - Infocamere. Pagamenti elettronici: nasce ICONTO srl | ... | 18 |
| Mf | 16 | Il Bitcoin cede il 32% in tre giorni e crolla a 4.200 dollari - Bagno di sangue per il Bitcoin | Bussi Marcello | 19 |
| Corriere della Sera | 35 | Wall Street azzerà i rialzi 2018 L'hi-tech brucia mille miliardi | Ferraino Giuliana | 20 |
| Repubblica | 14 | Silicon Valley Gli dei cadono come in tv - La caduta degli dei della rete fa gran rumore pure in Borsa | Rampini Federico | 21 |
| Repubblica | 25 | Enel apre alla rete unica "Mai fuori da Open Fiber vogliamo regole certe" | Pagni Luca | 23 |
| Sole 24 Ore | 23 | Mossa della Lega: tariffe svincolate dall'occupazione | Fotina Carmine - Mobili Marco | 25 |
| Sole 24 Ore | 23 | Tim, Gubitosi: «Budget a fine anno e piano per febbraio» - Tim, Gubitosi conferma: a fine anno il budget e un nuovo piano per febbraio | Olivieri Antonella | 26 |
| Sole 24 Ore | 23 | Tiscali verso l'operazione rilancio | Biondi Andrea | 28 |

In Italia 6,4 milioni di linee ultraveloci In crescita fibra e traffico dati mobile

TLC

**Osservatorio Agcom:
a giugno 2018 saliti al 40%
gli accessi ultrabroadband**

Andrea Biondi

Sul totale delle linee attive, quasi il 40% è "ultrabroadband", dove con questo termine si intendono le linee che permettono lo scaricamento di dati a una velocità superiore ai 30 mega. Solo un anno fa quella percentuale era vicina al 21 per cento.

Come accade spesso quando si tratta del tema dell'avanzamento – o mancato avanzamento – digitale dell'Italia il bicchiere si può considerare mezzo pieno o mezzo vuoto, a seconda dei punti da cui si parte per condurre l'analisi.

Il consueto Osservatorio trimestrale Agcom sulle comunicazioni, diffuso ieri e con dati a giugno, di sicuro comunque evidenzia il processo di trasformazione digitale del Paese, dove la fibra inizia ad avere numeri di una certa consistenza. Poi, a guardare le classifiche internazionali – come ad esempio accade quando ogni anno la Commissione europea stila i suoi ranking in base al "Desi", il digital scoreboard che miscela vari elementi – l'Italia rincorre. Ma analizzando i dati "interni", quello che emerge dai numeri dell'Osservatorio è comunque un avanzamento con linee ultrabroadband salite a quota 6,4 milioni.

Precisazione necessaria: secondo gli ultimi dettami dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni si può parlare di fibra solo in caso di rete completamente in fibra, e quindi il cosiddetto "Ftth". Fuori rimane tutta la clientela in Fttc (la fibra fino al cabinet di strada e poi rame) su cui hanno scommesso tanto in particolare Tim e Fastweb. Quindi i 6,4 milioni di accessi non sono "in fibra" nella versione ortodossa del termine. Detto questo, gli accessi con velocità superiore ai 30 Mbps (megabit per secondo) sono saliti in un anno del 90 per cento. E, come detto, arrivano a sfiorare il 40% totale delle linee a banda larga e ultralarga.

In quella percentuale c'è una parte di fixed wireless – vale a dire gli accessi ultraveloci attraverso il sistema radio – ma la gran parte delle linee ul-

trabroadband è suddivisa fra Fttc e Ftth. E a quanto si legge nella rilevazione Agcom la crescita degli accessi è stata pari a 1,97 milioni di linee in un anno per la velocità compresa fra 30 e 100 Mbps e di oltre 1 milione per le linee con velocità superiore ai 100 Mbps. A questo fa da contraltare la riduzione costante del peso delle linee con velocità sotto i 10 Mbps, sceso dal 78,7% di giugno 2014 al 28,3% di giugno 2018. E anche quelli fra 10 e 30 Mbps si sono ridotti in un anno di 1 milione di unità.

Un ultimo dato infine sull'evoluzione del settore: se nel giugno 2014 il 95% degli accessi alla rete fissa era in rame, dopo quattro anni questi sono scesi al 65%, per una flessione di oltre 6 milioni di linee. Nello stesso periodo sono cresciuti gli accessi tramite altre tecnologie qualitativamente migliori, in particolare quelle in tecnologia Fttc (+5 milioni di unità), Ftth (+400 mila) e Fwa (+650 mila). Il quadro complessivo – considerando però banda larga e ultralarga – vede Tim quale maggiore operatore con il 44,7% di quota di mercato, seguito da Vodafone (15,2%), Fastweb (14,8%) e Wind Tre (14,4%).

L'evoluzione digitale degli italiani fotografata dall'Osservatorio Agcom, è visibile anche nel comparto mobile. Qui le sim sono 101,4 milioni: 2,4 milioni in più rispetto a un anno prima. La crescita è però tutta ascrivibile alle cosiddette "machine-to-machine" (+4,1 milioni) che collegano macchine. Quelle "solo voce" e "voce+dati" (82,9 milioni) si sono ridotte di 1,7 milioni di unità. Tim (con un aumento di 0,9 punti rispetto a giugno 2017) sale al 31,2% delle sim complessive, mentre Wind Tre (-1,6 punti) scende al 30,4% con Vodafone al 30 per cento. Tuttavia, considerando unicamente le sim "human", escludendo quindi le M2M, nonostante una quota in calo di 1,4 punti percentuali, Wind Tre rimane in testa con il 34,5% (-1,2%). Al di là delle classifiche, l'Osservatorio rileva come siano cresciute le sim "dati": hanno sfiorato i 54 milioni (+3,5% su base annua), con un consumo medio unitario di dati stimabile in 3,63 GB/mese (+54,7%). E a farne le spese sono stati, ancora, gli sms: -35% su base annua, a circa 6,5 miliardi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A 100 MEGA
A giugno 2018
gli accessi con
velocità superiore
ai 100 Mbps
sono saliti
di 1 milione annuo



L'Opa cinese sulle reti strategiche marcia solo qui

TEMUTI DA MOLTI, ACCOLTI DA DI MAIO. IL CEO DI ZTE ITALIA SI DIFENDE E PROMETTE TRASPARENZA

DI EUGENIO CAU

Chi ha paura del 5G cinese? L'elenco dei governi che mostrano diffidenza o rifiuto nei confronti delle aziende provenienti dalla Cina che producono infrastrutture per le reti di quinta generazione cresce tutte le settimane. Pochi giorni fa Reuters ha pubblicato in esclusiva alcune interviste anonime a esponenti del ministero degli Esteri e dell'Interno della Germania, che starebbero preparando una grande iniziativa per "escludere aziende cinesi come Huawei dalla costruzione delle infrastrutture per il 5G sulla base di preoccupazioni che queste potrebbero compromettere la sicurezza nazionale". Un funzionario dice a Reuters: "C'è notevole preoccupazione, se dipendesse da me, [noi tedeschi] faremmo come sta facendo l'Australia". Lo scorso agosto, Canberra ha deciso in via definitiva di bandire le compagnie cinesi come Huawei e Zte da ogni gara per la costruzione di infrastrutture 5G. Gli Stati Uniti hanno adottato la medesima politica ormai anni fa. All'inizio di novembre, il Financial Times ha rivelato movimenti simili nel Regno Unito. In Italia, a partire dal 2012 il Dipartimento delle informazioni per la sicurezza (Dis) ha sollevato più volte dubbi sulla sicurezza di affidare infrastrutture strategiche ad aziende cinesi, ma nessun governo ha mai agito in maniera risolutiva. Ieri, dopo cinque mesi di negoziati, la Commissione europea ha annunciato la creazione di un meccanismo di controllo coordinato sugli investimenti stranieri in Europa, specie quelli provenienti dalla Cina, con l'obiettivo di porre fine a quella che uno dei negoziatori ha definito "l'ingenuità europea".

Chiamate in causa, le aziende cinesi fanno del loro meglio per difendersi. Sentito dal Foglio in un articolo pubblicato pochi giorni fa, il presidente di Huawei Italia, Luigi De Vecchis, ha derubricato le preoccupazioni sulla sicurezza della sua azienda a "piccole stupidaggini" e "leggende metropolitane", dando ampie rassicurazioni sulla serietà di ogni procedura.

Pochi giorni dopo, il Foglio era all'Aquila, dove Zte, seconda azienda di telecomunicazioni della Cina, ha aperto all'inizio dell'anno un centro di sperimentazione per il 5G. L'azienda ha organizzato un evento importante per mostrare le potenzialità del 5G, e tra le altre cose ha mostrato come le reti di nuova generazione possano essere decisive per i soccorsi durante eventi catastrofici come i terremoti, questione come ovvio molto sentita nel capoluogo abruzzese.

Hu Kun, presidente di Zte per l'Europa occidentale, oltre che ceo di Zte Italia, ha parlato con il Foglio della questione della sicurezza, e la sua idea è che "la tecnologia è neutrale". "Se vogliamo collegare la questione della tecnologia ad altri aspetti di carattere politico, noi [di Zte] non ci possiamo fare niente", dice Hu Kun, qualificando così le preoccupazioni delle agenzie di intelligence europee come una questione di politica e di influenza, non di sicurezza e fiducia. "Zte è perfettamente allineata a tutti gli standard internazionali più elevati in materia, come il 3GPP, e su questo siamo tra le prime quattro aziende al mondo. Inoltre, in un futuro prossimo il centro dell'Aquila diventerà un polo aperto di trasparenza in cui chiunque potrà controllare il nostro lavoro, dalle istituzioni ai cittadini. I nostri competitor seguono approcci simili,

e dunque non vedo ragioni particolari per cui bisognerebbe preoccuparsi delle aziende cinesi".

Zte ha una ragione in più per essere accorta. Lo scorso aprile il dipartimento del Commercio americano ritenne che l'azienda fosse in violazione di accordi previ sulla vendita di tecnologia a paesi sotto sanzione, e vietò a tutti i fornitori americani di fare affari con Zte. Il divieto fu a tal punto devastante che per più di due mesi Zte ha dovuto interrompere la sua produzione, fino a che tra luglio e agosto l'Amministrazione Trump è tornata sui suoi passi, dopo il pagamento di un'enorme multa e promesse di trasparenza. "Dopo la rinascita dell'azienda [a seguito del sollevamento del bando, ndr] abbiamo osservato alla lettera tutti i protocolli di conformità, e oggi siamo una delle compagnie più trasparenti del mondo, e questo vale per tutte le industrie", dice al Foglio Hu Kun. "Abbiamo stabilito un sistema di conformità interno, e la trasparenza è la nostra prima priorità, superiore perfino al business. Se dopo tutto questo c'è ancora preoccupazione senza prove, cosa possiamo dire? Facciamo il nostro meglio per i clienti e per i partner che credono nella nostra tecnologia. Il resto è soltanto rumore".

Il fatto che alti dirigenti di alcune delle più importanti aziende di telecomunicazioni del mondo debbano giustificarsi a questo modo è inusuale, ma è la testimonianza del grande dilemma che si para davanti alle multinazionali cinesi interessate a fare affari all'estero. Huawei e Zte devono convincere clienti, partner e governi non soltanto della propria affidabilità, ma anche dell'affidabilità del paese da cui provengono, e questo è uno svantaggio competitivo.

A preoccupare le agenzie governative occidentali non è soltanto il fatto che la Cina è un paese noto per piegare le regole del mercato alle proprie esigenze; è un passaggio esplicito della legge nazionale sull'Intelligence approvata da Pechino l'anno scorso, che dice che "organizzazioni e cittadini [cinesi, ndr] devono, conformemente alla legge, sostenere, cooperare e collaborare con il lavoro dell'intelligence nazionale". Zte e Huawei sono due aziende indipendenti, ma chi può escludere la possibilità che un giorno Pechino pretenda una prova di lealtà? Lucio Fedele, coo di Zte, ricorda che finora "i problemi di data privacy hanno riguardato non le infrastrutture, ma la gestione dei dati", e che dunque il problema di compromissione della rete è probabilmente remoto: pericoloso è chi maneggia i dati, non chi fa gli impianti. Tuttavia il dilemma resta. Per rassicurare davvero i mercati occidentali, le multinazionali cinesi dovrebbero prendere le distanze da Pechino. Ma è ovviamente un pericolo che nessuno può correre: da gennaio il gigante tech Tencent ha perso quasi 250 miliardi di dollari di capitalizzazione dopo avere irritato il governo.



Il personaggio

Essere biotech: la nuova profezia di Negroponte

Parla il pioniere dell'era digitale. "Le biotecnologie avranno un peso enorme
L'unione di due mondi, il naturale e l'artificiale, è un salto non da poco"

di JAIME D'ALESSANDRO

L'intervista

"Smartphone, la sua fine è vicina c'è bisogno di grandi display"

Nicholas Negroponte: "Opereremo nel regno molecolare, a stretto contatto con la natura". "Deluso dai social network, circolano troppi contenuti triviali"

L'intelligenza artificiale è un'invenzione degli anni Sessanta e a quei tempi sembrava una follia...

Ho sbagliato sul riconoscimento del linguaggio da parte delle macchine: doveva portare prima i suoi frutti

Internet, tornare alle origini è come voler rifondare la stampa di Gutenberg perché esiste la pornografia

Non è necessario insegnare una materia ai bambini, piuttosto trasmettere come fare ad apprendere

L'accesso alla Rete è fondamentale e lo è soprattutto per chi ancora non ce l'ha

Ho un progetto: la connessione al Web deve essere uno dei diritti umani riconosciuti dalle Nazioni Unite

di JAIME D'ALESSANDRO, MILANO

Alto, dalla battuta pronta e dall'età indefinibile. Guardandolo oggi Nicholas Negroponte, 74 anni, sembra aver fatto un patto con il diavolo. Considerato nel mondo del digitale una leggenda, è figlio di immigrati greci arrivati negli Stati Uniti fra le due guerre. Affetto da problemi di dislessia, ha studiato in Europa, si è laureato in architettura a Boston, ha insegnato grafica digitale a 23 anni, quando nessuno sapeva cosa fosse. E ha co-fondato il Media Lab del Massachusetts Institute of Technology nel 1985 e la rivista *Wired* nel 1993. Ha anche dato vita a sessanta diverse startup, tenuto quattordici lezioni nel ciclo di conferenze Ted, lanciato un computer low cost per gli studenti più poveri dei Paesi in via di sviluppo. Soprattutto, ha scritto nel 1994 un saggio fondamentale intitolato *Essere digitali* dove raccontava il passaggio da un mondo fatto di atomi ad uno sempre più condizionato dai bit.

«Non era una collezione di previsioni», spiega Negroponte quando lo incontriamo alla Fondazione Prada di Milano durante la seconda edizione di "Shaping a sustainable digital future". «Erano invece estrapolazioni, fenomeni già in atto a quei tempi che avrebbero portato certi frutti. L'unico punto interrogativo stava nel capire il quando, non il se. Sembravano previsioni perché a volte certe tecnologie hanno un avvio lento e appaiono improbabili».

La più improbabile di quelle divenute fondamentali?

«L'intelligenza artificiale. È un'invenzione degli anni Sessanta ma all'epoca sembrava una follia irra-



lizzabile. "Intelligenza" e "artificiale" formano un ossimoro, si diceva. Capita: certe tecnologie all'inizio generano ilarità. Se le dicessi per esempio che avremo delle pillole che ci permetteranno di imparare una lingua come il francese o delle autovetture che cresceranno come piante e una volta mature si potranno cogliere e mettere su strada per guidarle?».

Ha ragione: fa sorridere.

«Ecco. Riparlamone fra vent'anni. Ma se dovessi pensare a qualcosa che avrà di sicuro un peso davvero enorme, la prima che mi viene in mente è la biotecnologia. Per anni abbiamo continuato a costruire cose in una scala sempre più microscopica e nanoscopica. A quel livello si opera nel regno molecolare che è la base della natura. E ingegnerizzare a dimensioni tanto ridotte significa quindi unire il mondo naturale con quello artificiale. Un salto non da poco».

Cosa invece non si aspettava del presente nel 1994 quando scrisse "Essere digitali"?

«I social media così come si sono sviluppati. Non pensavamo che le persone li avrebbero usati per condividere cose tanto triviali».

Ha anche scritto che i bit, i dati, sarebbero circolati in maniera libera rispetto agli atomi delle merci fisiche. Oggi però negli Stati Uniti è possibile comprare dell'acqua minerale arrivata dalle Fiji, a migliaia di chilometri di distanza, mentre per le compagnie occidentali è quasi impossibile esportare i propri bit in Cina. Se lo aspettava?

«Avviene perché i governi tentano di trasformare i bit in atomi. Non è la tecnologia il problema, ma l'applicazione di leggi e logiche del mondo fisico con le loro frontiere e i loro dazi. Credo di aver sbagliato di più con il riconoscimento del linguaggio da parte delle macchine. Ero convinto che avrebbe portato prima i suoi frutti».

Però aveva intuito che saremmo arrivati ad avere assistenti virtuali.

«È un'idea che circola da decenni. Mancavano solo pochi tasselli per metterla in pratica».

Tornando ai social network, prima di lei qui alla Fondazione Prada, un saggista come Andrew Keen li ha messi ancora una volta sul banco degli imputati per il ruolo negativo che svolgerebbero nella società. Voci come quella di Tim Berners-Lee, considerato come il "padre" del web, sostengono che vada riformato per tornare alle radici universali. Lei pensa che sia necessario "aggiustare" Internet?

«Non conosco in dettaglio il piano di Tim ma sono certo sia basato su ottimi principi. Detto questo il voler tornare alle origini sarebbe come dire di voler rifondare il processo di stampa di Gutenberg perché esiste la pornografia. Per altro Gutenberg non scriveva libri. Non credo che abbiamo Donald Trump per colpa di un gruppo di suprematisti bianchi che vivono in provincia o per causa dei social network. Hanno responsabilità ben maggiori le università dove si insegna che il successo nel mondo degli affari è fatto di egoismo e ferocia. E l'aver privatizzato le scuole rendendo la vera educazione un privilegio».

A proposito di imparare. Lei è dislessico e quando studiava in Svizzera preferiva di gran lunga leggere gli orari dei treni piuttosto che i libri sui quali faticava. Poi però è comunque riuscito a fare una carriera brillante. Considerando i cambiamenti ai quali stiamo andando incontro, con il rischio di perdere milioni di posti di lavoro a causa dell'automazione, su quali insegnamenti bisognerebbe puntare per dare ai nostri figli qualche strumento con cui affrontare il futuro?

«Non li studiavo soltanto gli orari dei treni svizzeri,

li conoscevo a memoria. Ancora oggi esamino quelli degli aerei e compro sempre io i miei biglietti. Al liceo ero bravo a disegnare ed ero bravo in matematica. Mi dissero: fai architettura, combina le due cose. Così mi sono laureato ma poi ho fatto altro. Non credo sia necessario insegnare una certa materia ai bambini, piuttosto come fare ad apprendere. Capire come acquisire delle conoscenze e come risolvere problemi è cosa ben diversa da imparare una certa materia. A sette o otto anni non serve un indottrinamento in un campo specifico e qualsiasi materia comunque domani potrebbe rivelarsi inutile. In altre parole si insegna a programmare perché programmare insegna a pensare. I singoli linguaggi di coding non sono importanti».

Fra le schiere sempre più folte di pentiti della Silicon Valley, manager dei colossi dell'hi-tech, c'è chi manda i figli alle scuole steineriane dove ai bambini per proteggerli si impedisce di accedere alla tecnologia fino ai dieci anni.

«Forse qualcuno lo fa, ma non è una soluzione. Stiamo parlando di privilegiati. Quanti nel mondo si possono permettere di mandare i figli a scuole di quel genere? L'accesso alla Rete è fondamentale e lo è soprattutto per chi ancora non ce l'ha. Ci sono aree dell'Africa dove solo il cinquanta per cento dei bambini frequenta una classe e dove i maestri sanno ben poco dell'insegnamento. Connettere la prima metà del genere umano è stato molto più semplice di quel che richiederà dare accesso al Web a quelli che restano fuori perché vivono in condizioni e in luoghi dove quell'accesso è fantascienza. Ho avuto amici che vietavano ai figli la tv, altri che ora si preoccupano di quanto tempo si passa davanti allo schermo. Eppure nessuno di loro si azzarderebbe a criticarmi per il fatto che sto leggendo la biografia di Winston Churchill sul mio tablet o a sgridare la figlia perché passa troppo tempo a leggere romanzi su carta. Il problema è, al solito, è il contenuto. Internet è un luogo rumoroso che ha bisogno di regole. Tutto qui. Trovo molto più fastidiosi e preoccupanti gli ostacoli che ancora oggi mi impediscono di connettermi: aggiornamenti dei software, necessità di usare password, pernottare in un hotel che chiede addirittura dei soldi per un accesso wi-fi».

Nel 2005 a Davos lei ha presentato il progetto per un computer da 100 dollari per i bambini che è stato finanziato da diversi paesi in via di sviluppo con un miliardo di dollari. Voleva ridurre la distanza nella digitalizzazione degli studenti fra nazioni ricche e povere. A quanto pare però sono stati gli smartphone a diventare, nel bene e nel male, il principale accesso alle informazioni digitali anche in Africa e Asia.

«Un caso fortunato e comunque un fenomeno temporaneo».

Lo smartphone è temporaneo?

«Sì. Non è lo strumento più indicato per fare molte cose. Bisogna avere un display più ampio delle proprie mani messe una a fianco all'altra. Presto vedremo un altro tipo di dispositivo affermarsi».

Un'ultima domanda: che progetti ha per il futuro?

«Sono due. Il primo, costruito con l'architetto Norman Foster, mira a sviluppare delle soluzioni urbane ad alta tecnologia per le baraccopoli e il miglioramento delle condizioni di vita di queste aree che sono sempre più estese nel mondo. L'altro, con Romano Prodi, invece punta a far inserire la connessione alla Rete come uno dei diritti umani riconosciuti dalle Nazioni Unite. Ecco, il mio futuro per ora è in queste due imprese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE TAPPE



Geniale Media Lab

Nel 1985, al Mit, Negroponte fondò con Jerome Wiesner il Media Lab, uno dei più prestigiosi laboratori del mondo. Obiettivo: studiare e realizzare la migliore interfaccia tra uomo e computer. Oltre a scienziati, chiamò un regista, un designer e un musicista



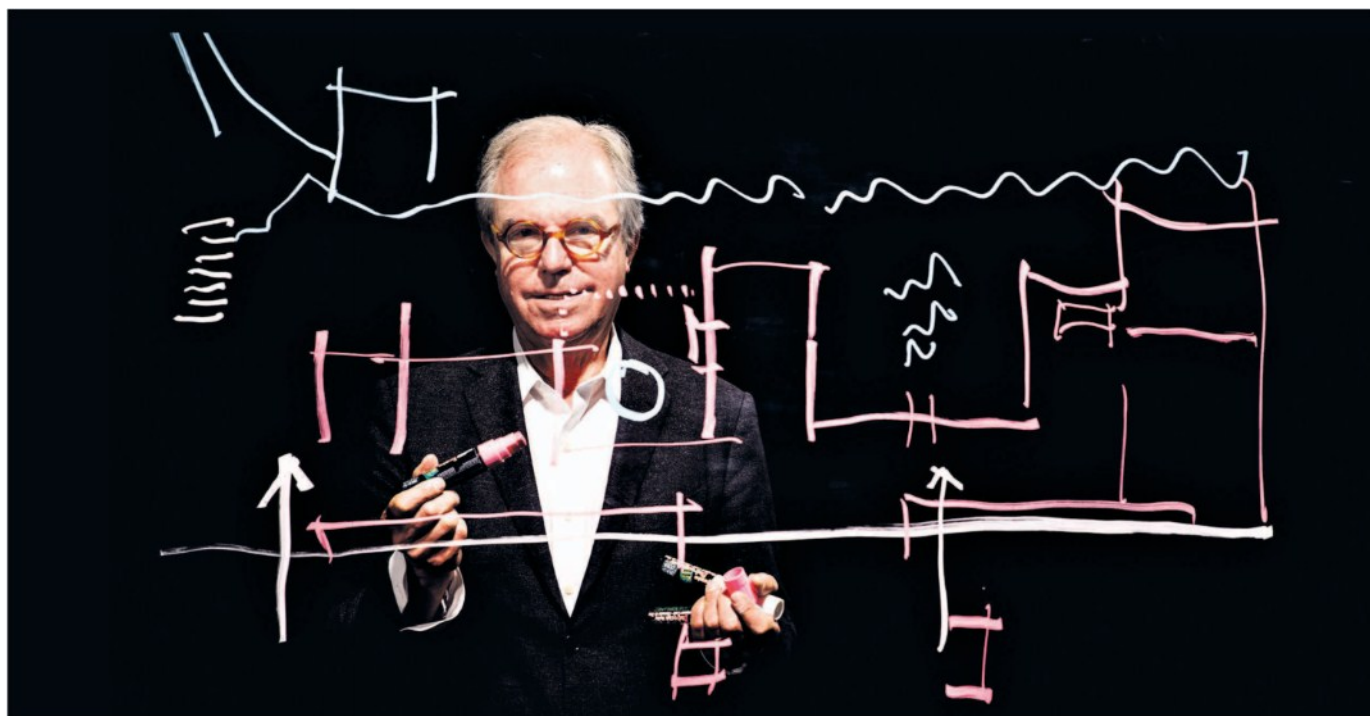
Essere digitali

Nel 1995 uscì il suo libro, un best seller, *Essere digitali*. Negroponte vi immaginava il futuro ormai alle porte: riconoscimento vocale e facciale, assistenti virtuali, smart home, computer microscopici e indossabili, comunicazione wireless e Gps nel palmo di una mano



Il computer da 100 dollari

L'idea alla base di One Laptop per Child, computer destinato ai paesi in via di sviluppo per combattere il Digital Divide, Negroponte la illustra nel 2005 a Davos (Svizzera), durante il Forum Economico Mondiale. La realizzerà anche grazie a molti big dell'hi-tech



Nicholas Negroponte, 74 anni, è figlio di immigrati greci arrivati negli Stati Uniti fra le due guerre. Affetto da problemi di dislessia, ha studiato in Europa e si è laureato in architettura a Boston

SCUOLA & FUTURO

Imparare in classe i primi segreti del mondo digitale

Nato grazie al protocollo d'intesa firmato da TIM e il Miur, il progetto coinvolgerà 15 città e 3 mila studenti italiani. È partito ieri da un istituto scolastico de L'Aquila il progetto ScuolaDigitaleTIM: i ragazzi delle medie apprendono i rudimenti della programmazione e del coding, preparandosi al futuro tecnologico della robotica e dell'Internet of things

DI ERNESTO FRAORE

È partito da L'Aquila il progetto ScuolaDigitaleTIM, promosso dall'azienda di telecomunicazioni nell'ambito del protocollo d'intesa siglato con il ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca per lo sviluppo delle competenze digitali degli studenti italiani. ScuolaDigitaleTIM avvicina i ragazzi della scuola secondaria di primo grado ai concetti chiave

del mondo digitale, all'Internet of things, alla robotica. Nelle aule degli istituti scolastici aderenti, ScuolaDigitaleTIM coinvolgerà circa 3000 studenti dagli 11 ai 13 anni in laboratori basati sul modello di *creative-learning*, durante i quali i ragazzi attraverso l'uso di sensori e attuatori (motori, luci e suoni) saranno guidati nella realizzazione di piccoli prototipi elettronici e di un vero e proprio robot che, interagendo tramite il bluetooth, svelerà i principi dell'IoT e della comunicazione *Machine 2 Machine*. Il corso ha l'obiettivo di stimolare la creatività e la passione degli studenti trasformandoli da passivi fruitori di tecnologia a utilizzatori consapevoli e attivi. Parallelamente alla formazione in aula, TIM renderà disponibili contenuti multimediali attraverso la piattaforma scuoladigitale.tim.it. Lo scopo è di rendere accessibile a chiunque i contenuti didattici che l'iniziativa intende veicolare. Il portale si rivolgerà quindi sia a chi avrà partecipato alle lezioni in aula, offrendo ulteriori spunti di approfondimento, sia a tutti i potenziali ragazzi interessati, alle loro famiglie e ai docenti: 9 video-lezioni, "card didattiche" (schede stampabili a casa o consultabili su PC, tablet e smartphone, con attività pratiche) ed un'area commenti moderata. Principale strumento per le attività dei ragazzi in laboratorio è Micro:bit, un micro-computer più piccolo di una carta di credito, dotato di un display di 25 LED, 2 tasti programmabili, bussola, accelerometro, sensore di temperatura,

connettività bluetooth e radiofrequenza. I ragazzi potranno così divertirsi a usare la fantasia per sperimentare e creare giochi, robot, oggetti indossabili e molto di più.

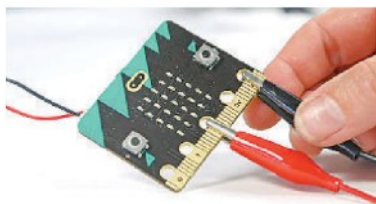
Dopo L'Aquila, l'iniziativa toccherà anche le città di Milano, Roma, Catania, Padova, Firenze, Napoli, Bari, Torino, Bologna, Matera, Genova, Udine, Cosenza e Cagliari. A conclusione del progetto sarà lanciato il contest online "Share the code", aperto a tutti gli studenti in target con l'obiettivo di raccogliere prototipi realizzati con le competenze acquisite.

La precedente edizione di ScuolaDigitaleTIM è stata avviata nel 2016 e si è rivolta ai docenti della scuola di ogni ordine e grado con l'obiettivo di avvicinarli agli strumenti digitali. Il percorso informativo, che ha coinvolto 4.500 insegnanti con oltre 200 incontri realizzati su tutto il territorio nazionale, era strutturato in due momenti distinti: in aula alla presenza dei docenti, con lezioni di 3 ore, tenute da formatori qualificati del Cini (Consorzio Interuniversitario Nazionale Informatica); online attraverso il portale scuoladigitale.tim.it.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



la lezione



KICK OFF

I ragazzi imparano a conoscere la micro:bit e il sistema di sviluppo, a programmare la matrice di Led componendo pattern e usando i pulsanti A e B per l'interazione. Quindi usano i sensori per comandare i Led della matrice e il contatore.

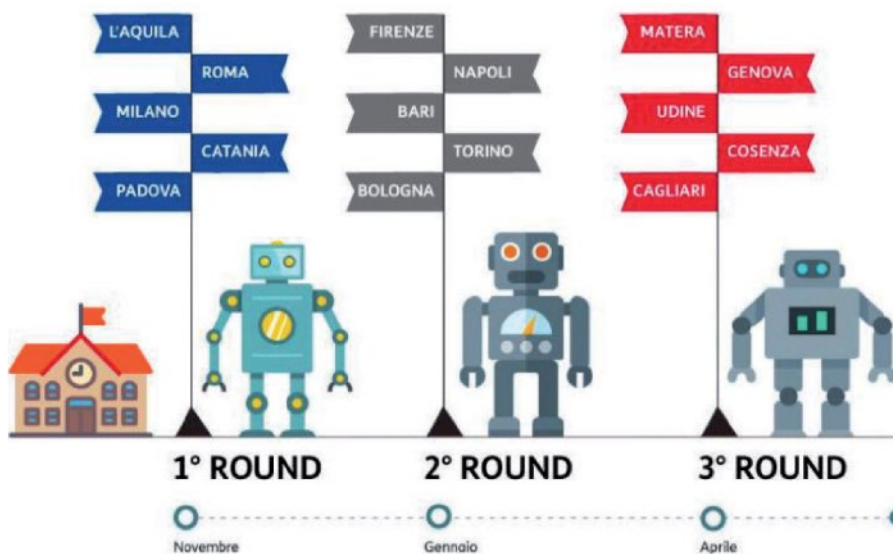
PROGETTO

Gli allievi hanno l'obiettivo di costruire un contapassi da allacciare alla caviglia. Oltre alla programmazione bisognerà pensare ad un prototipo di cavigliera che sostenga la scheda e il battery holder.

LED E BREADBOARD

I ragazzi imparano a usare la breadboard realizzando il loro primo circuito con il Led e la micro:bit. Poi connettono il motore alla breadboard e lo comandano con il segnale del fotoresistore. Infine imparano a far comunicare tra loro le micro:bit, ad esempio comunicando i dati del contapassi alla stazione ricevente.

Le tappe del nostro tour nelle scuole

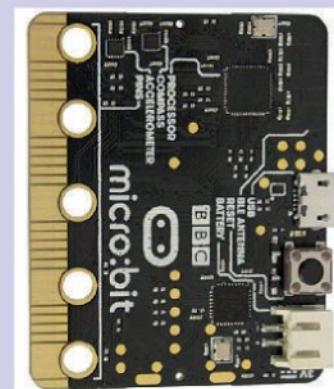


IL MICRO:BIT

Il sistema elettronico britannico diventato lo standard mondiale

Progettato dalla Bbc, la celebre televisione di Stato britannica, in collaborazione con aziende leader nel campo tecnologico, il Micro:bit è un sistema elettronico integrato di 4 centimetri per 5, con un processore Arm da 16 Mhz, 16 kb di Ram, un'unità a stato solido da 256 kb, un accelerometro e magnetometro, una porta microU-sb, la connettività Bluetooth, un trasmettitore radio, un display fatto da 25 luci Led disposte in cinque file da cinque, due tasti programmabili. La piattaforma di Micro:bit è pensata per lavorare con Python e C++, due dei linguaggi di programmazione più utilizzati in tutto il mondo.

Nel 2016 il Micro:bit è stato distribuito gratuitamente nel Regno Unito a un milione di studenti, di circa 11 anni, per educarli alle tecnologie digitali e ai principi della programmazione. L'anno successivo l'apparecchio è approdato in tutti i Paesi europei. Oggi, supportato da grandi gruppi tecnologici come Microsoft, Google e dal Mit di Boston, il Micro:bit si è trasformato in uno standard didattico a livello mondiale. Stando ad uno studio commissionato dalla BBC il 90% degli studenti intervistati dopo l'utilizzo dell'apparecchio ha affermato di saper programmare e di comprenderne le logiche e il 39% ha dichiarato che avrebbe scelto informatica come materia scolastica.





Hai tra gli 11 e i 13 anni?



ScuolaDigitaleTIM

è il progetto che ti accompagna nelle scelte future per lo studio e il lavoro

attraverso lezioni di



MAKING

INTERNET OF THINGS

ROBOTICA

ONLINE



contenuti multimediali video-lezioni e tanti materiali didattici disponibili sulla **piattaforma online**

A SCUOLA

ScuolaDigitaleTIM sarà con te anche in aula



Negli anni 2016-2018 ScuolaDigitaleTIM ha lavorato con i docenti





In classe arrivano robotica e Internet of things

Progetto di Tim nelle scuole per avvicinare i giovani ai concetti chiave della tecnologia. L'iniziativa parte dall'Aquila e tocca 15 città

di **CHIARA MERICO**

■ La prima tappa è L'Aquila: dalla città abruzzese ha preso infatti il via l'edizione dedicata agli studenti di ScuolaDigitaleTim, progetto nazionale promosso da Tim nell'ambito protocollo d'intesa siglato con il ministero dell'Istruzione, dell'università e della ricerca, con l'obiettivo di avvicinare i ragazzi della scuola secondaria di primo grado ai concetti chiave delle nuove tecnologie, come l'Internet of things o la robotica.

Il progetto toccherà 15 città italiane ed è suddiviso in tre round: il primo, che si svolgerà tra novembre e dicembre, dopo L'Aquila coinvolgerà Milano, Roma, Catania e Padova. Nel secondo round, in programma tra gennaio e marzo 2019, saranno coinvolte Firenze, Napoli, Bari, Torino e Bologna. Infine, il terzo round - tra marzo e maggio del prossimo anno - farà tappa a Matera, Genova, Udine, Coenza e Cagliari.

3.000 RAGAZZI COINVOLTI

ScuolaDigitaleTim si rivolge agli studenti, con lo scopo di stimolare la loro creatività e l'interesse verso le nuove tecnologie, trasformandoli da fruitori passivi a utilizzatori consapevoli e attivi. L'iniziativa coinvolgerà circa 3.000 studenti dagli 11 ai 13 anni in laboratori basati sul modello di creative learning, durante i quali i ragazzi attraverso l'uso di sensori e attuatori (motori, luci e suoni) saranno guidati nella realizzazione di piccoli prototipi elettronici e di un vero robot che, interagendo tramite bluetooth, svelerà i principi dell'Iot e della comunicazione machine 2 machine. Parallelamente

alla formazione in aula, Tim renderà disponibili contenuti multimediali attraverso la piattaforma *Scuoladigitale.tim.it* per rendere accessibili a tutti i contenuti didattici che l'iniziativa intende veicolare. Il portale si rivolgerà quindi sia a chi avrà partecipato alle lezioni in aula, offrendo ulteriori spunti di approfondimento, sia a tutti i potenziali ragazzi interessati, alle loro famiglie e ai docenti.

Il principale strumento che i ragazzi useranno per le attività in laboratorio è Micro:bit, un microcomputer più piccolo di una carta di credito, dotato di un display di 25 led, due tasti programmabili, bussola, accelerometro, sensore di temperatura, connettività bluetooth e radiofrequenza, con il quale i ragazzi potranno divertirsi a usare la fantasia per sperimentare e creare giochi, robot, oggetti indossabili e molto altro.

A conclusione del progetto sarà lanciato il contest online *Share the code*, aperto a tutti gli studenti in target con l'obiettivo di raccogliere prototipi realizzati con le competenze acquisite.

LA BBC

Il Micro:bit, progettato dalla Bbc, la celebre televisione di Stato britannica, in collaborazione con aziende leader nel campo tecnologico, è un sistema elettronico integrato di 4 centimetri per 5, con un processore Arm da 16 Mhz, 16 kb di Ram, un'unità a stato solido da 256 kb, un accelerometro e magnetometro, una porta micro Usb, la connettività bluetooth, un trasmettitore radio, un display fatto da 25 luci led disposte in cinque file da cinque e due tasti pro-

grammabili.

La piattaforma di Micro:bit è pensata per lavorare con Python e C++, due dei linguaggi di programmazione più utilizzati in tutto il mondo.

Nel 2016 il Micro:bit è stato distribuito gratuitamente nel Regno Unito a un milione di studenti, di circa 11 anni, per educarli alle tecnologie digitali e ai principi della programmazione.

L'anno successivo l'apparecchio è approdato in tutti i Paesi europei. Oggi, supportato da grandi gruppi tecnologici come Microsoft, Google e dal Mit di Boston, il Micro:bit si è trasformato in uno standard didattico a livello mondiale. Stando a uno studio commissionato dalla Bbc, il 90% degli studenti intervistati dopo l'utilizzo dell'apparecchio ha affermato di saper programmare e di comprenderne le logiche e il 39% ha dichiarato che avrebbe scelto informatica come materia scolastica.

GLI INSEGNANTI

Avviata nel 2016, la prima edizione del progetto ScuolaDigitaleTim era rivolta ai docenti delle scuole di ogni ordine e grado con l'obiettivo di avvicinarli agli strumenti digitali. Nella prima edizione l'iniziativa ha coinvolto 4.500 insegnanti con oltre 200 incontri realizzati su tutto il territorio nazionale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



E-COMMERCE IN ITALIA**Black Friday, un acquisto su tre dallo smartphone**

Boom di acquisti in Italia (circa 1,3 miliardi di euro) nel Black Friday (venerdì scorso) e il 30% delle operazioni, secondo Confesercenti, è stata perfezionata con lo smartphone. Molti ne-

gozianti però lanciano l'allarme: troppe promozioni sono controproducenti. Negli Usa vincono i big che seguono Amazon. — alle pagine 16 e 17

Black Friday 2018, un acquisto su tre dallo smartphone

Enrico Netti

All'inizio c'è stato il Black Friday poi si è aggiunto il nostrano Cyber Monday promosso da Netcomm evoluto in Cyber Week. Che a sua volta ora si declina come Black Friday week (Amazon), Black Days (Esselunga) e in una più generale Black Week valida per i negozi tradizionali che quelli online. Tanti modi per dire che questa è la settimana pre natalizia dei grandi sconti: dal 20 al 50% ma sulle vetrine online per certi prodotti si arriva al 90 per cento. Sconti da cogliere al volo utilizzando lo smartphone perché in questa corsa all'offertissima oltre il 30% degli acquisti online avverranno con questo partner digitale. Scelta inevitabile per cercare tra le migliaia di offerte lampo dei merchant.

Secondo le previsioni di Confesercenti-Swg venerdì le vendite raggiungeranno i 1,3 miliardi di valore con una flessione del 13% a causa di un temuto calo di attenzione dei consumatori. La decisione di acquistare comunque è già stata presa da circa 12,1 milioni di italiani contro i 14 dello scorso anno. In leggera crescita il budget medio che oggi si attesta a 110 euro per persona (+2 euro). Invece non è da escludere una corsa *last minute* visto che 41 consumatori su cento dichiara di essere indeciso se partecipare o no al rito del Black Fri-

day. Sconti significativi verranno proposti venerdì da 180 mila negozi fisici e poco più di uno su due prolungherà nel corso del Black week end queste offerte.

Per l'associazione questo è soprattutto un test sul sentiment delle famiglie in vista del Natale considerando che uno cliente su due acquisterà un regalo dal mettere sotto l'albero. In cima alla lista dei desiderici sono i prodotti hi-tech (al 43%) seguiti dal fashion (29%), gli elettrodomestici, il food, i mobili e i prodotti per la casa e i viaggi. Ma un terzo dei negozianti ritiene che troppe promozioni in questa stagione *clou* siano controproducenti. Nonostante ciò anche i produttori di auto come, per esempio, Volkswagen varano campagne ad hoc con buoni fino a 3 mila euro da scontare per l'acquisto di un nuovo veicolo o uno sconto sulla manutenzione.

Il rito del Black Friday è legato soprattutto alle vendite online e quest'anno per la prima volta verrà superata la soglia del miliardo di euro, con una crescita di un terzo rispetto al 2017. Nel 2015, sempre secondo le rilevazioni dell'Osservatorio E-commerce B2c del Politecnico di Milano il valore degli acquisti si attestò intorno ai 600 milioni. «In questa settimana i merchant realizzano in media il triplo delle vendite dei giorni normali - spiega Valentina Pontiggia, Direttore dell'Osservatorio eCommence B2c

Netcomm - Politecnico di Milano - e nel caso degli operatori più aggressivi arrivano a sette volte il transato».

Resta da vedere se Amazon riuscirà a mantenere lo sprint degli ordini ricevuti negli ultimi anni: nel black Friday del 2015 furono ordinati 600 mila prodotti, nel 2016 1,1 milioni che diventarono oltre 2 milioni lo scorso anno.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI

1,3

Miliardi

Il valore degli acquisti fatti dai consumatori italiani durante il Black Friday secondo le stime di Confesercenti

30%

Acquisti con smartphone

Oltre un terzo degli acquisti online avverrà con lo smartphone, indispensabile per seguire le offerte flash dei merchant online

2

Milioni

Lo scorso anno Amazon ricevette ordini per oltre due milioni di prodotti contro i 600 mila del 2015

Un terzo dei negozianti ritiene che troppe promozioni in questa stagione siano controproducenti



LA NOVITÀ

Non solo marche, c'è il private label

Tra i candidati al ruolo di best seller c'è la famiglia di speaker intelligenti Echo

Una pioggia di sconti tra il 20 e il 50% e più per l'assortimento private label. In questa settimana Amazon non solo punta ad essere un mega supermercato con milioni di prodotti, praticamente tutto quanto si possa desiderare ma soprattutto capitalizza la forza dei propri brand commerciali. Quanti sono? A livello planetario più di cento e, secondo le rilevazioni di Scrapehero, offrono circa settemila prodotti di cui i tre quarti legati all'abbigliamento.

In Italia tra i candidati al ruolo di best seller di questa settimana c'è la nuova famiglia di speaker intelligenti Echo, le prese elettriche e tanti altri gadget smart oltre all'intero assortimento di prodotti AmazonBasics, la private label di Jeff Bezos più popolare che continua a generare tanti altri brand legati al suffisso Basic.

Il colosso di Seattle punta inoltre

ad affermarsi nell'abbigliamento vestendo da capo a piedi l'intera famiglia. Qui vengono schierate decine e decine di brand per ogni occasione e momento: dall'intimo al casual e l'elegante con marchi come Truth & Fable, Meraki, Red Wagon, Find, Dorothy Perkins e tanti altri quasi sempre mai sentiti prima. E gli sconti attesi arriveranno fino al 50% venerdì, il giorno del Black Friday.

Tante altre private label per il tessile, i prodotti per la cura della persona e della casa, i complementi d'arredo e i mobili andando in rotta di collisione con un colosso come Ikea.

Sembra che nessuna categoria merceologica possa sfuggire allo smile di Amazon che dall'online raggiunge i clienti con i pop up store, showroom fisici come quello appena aperto nel centro di Milano. In tutti i casi i cercatori delle offertissime si dovranno destreggiare tra lo sconto del giorno, le offerte lampo, quelle in vetrine e le anteprime Prime.

Per il momento, tra le altre cose, non sono ancora arrivati in Italia la sessantina di specialità farmaceuti-

che a libera vendita Basic Care, l'assortimento di cibo per cani Wag e l'olio per motore sintetico AmazonBasics. C'è da scommettere che sarà solo questione di tempo.

In questi giorni non sono inoltre da escludere offerte speciali per tutti i prodotti e servizi in cui si declina l'offerta Prime come quella del supermarket Prime Now (food) e i Dash button. Altri sconti verranno decisi in autonomia per i prodotti creati da start up e venduti nella vetrina AmazonLaunchpad o per i fornitori tradizionali presenti con i loro pop up store su Amazon.

—E.N.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

3

LE NOVITÀ ATTESE

In arrivo specialità farmaceutiche a libera vendita Basic Care, l'assortimento di cibo per cani Wag e l'olio per motore sintetico AmazonBasics



Verso il Natale. Da ieri l'attività nei poli logistici ha iniziato a registrare una accelerazione che raggiungerà il culmine la vigilia di Natale



E-COMMERCE**La settimana degli sconti**

Il caso negativo di Sears che, dopo anni di dismissioni, è stata costretta a portare i libri in tribunale e quello positivo di Walmart, capace di cavalcare la rivoluzione digitale senza abbandonare i negozi fisici

Commercio Usa, cresce solo chi segue la scia di Amazon

Riccardo Barlaam

Dal nostro corrispondente

NEW YORK

Ogni secondo che passa nel periodo di picco degli acquisti per il Black Friday, le festività o i saldi, Amazon spedisce 400 pacchi.

Nei cinque secondi che avete impiegato per leggere questa frase ha inviato duemila articoli in tutto il mondo. Nel fine settimana in America, tra Black Friday e Cyber Monday le vendite retail saliranno del 4,1% rispetto allo scorso anno, oltre i mille miliardi di dollari, secondo i dati della National Retail Federation. Nel 1995 Jeff Bezos aveva fondato nel garage di casa il sito di e-commerce, come un elenco di libri da spedire. Oggi è l'uomo più ricco del mondo. La sua società è leader di mercato in 15 paesi, tra i più sviluppati. Si stima che metà della popolazione mondiale abbia acquistato almeno una volta su Amazon, che ormai in Borsa vale di più dei primi 10 global retailer messi assieme: in agosto ha superato i mille miliardi di capitalizzazione - ora è scesa a 770 miliardi - e nell'ultimo anno ha fatturato 177,9 miliardi (erano 136 nel 2016). Nelle metropoli americane, dove sono tutti abbonati al servizio Prime per le consegne veloci, si compra ormai quasi solo online. I marciapiedi delle città al mattino si animano di nuovi oggetti di arredo urbano: le scatole di cartone vuote con i loghi azzurri su

sfondo nero di Amazon Prime.

L'e-commerce sta ridisegnando il settore del retail. Chi riesce a rinnovarsi e a mettersi in scia si salva, chi non riesce porta i libri in tribunale. Qualche settimana fa è toccato a Sears. Durante l'anno sono stati almeno 15 i retailer americani a finire in bancarotta. L'elenco sembra un bollettino di guerra: Nine West, Claire's, The Walking Company, The Bon-Ton Stores, Toys R Us, Remington Outdoor, A'gaci, Kiko Usa, Bertucci's, Southeastern Grocers, Tops Markets, Brokstone, National Stores, Mattress Firm.

La bancarotta di Sears ha destato più scalpore perché era un pezzo di storia americana. Fondata 132 anni fa a Minneapolis da Richard W. Sears che cominciò vendendo orologi ai capistazione, grazie al suo celebre catalogo cartaceo di vendita per corrispondenza Sears Roebuck & Co., sorta di Amazon ante litteram, nel Novecento ha permesso alle merci di arrivare nei villaggi dell'America profonda, nell'epoca in cui i negozi non c'erano. Sul catalogo di oltre mille pagine - che era il volume più diffuso negli Stati Uniti dopo la Bibbia - si poteva comprare di tutto: dai materassi all'oppio, persino un'intera casa da costruire. Nel secondo dopoguerra arrivarono gli store. Fino all'avvento di Walmart, negli anni Novanta, Sears è stata la prima società mondiale nella grande distribuzione. Un lungo declino, i troppi debiti e il calo delle vendite l'hanno portata al fallimento. La capogruppo Sears

Holdings ha presentato richiesta di accesso al "chapter 11". I creditori hanno accettato di tenere aperti i negozi per la stagione delle festività che si preannuncia da record, ma vantano debiti per 10 miliardi di dollari.

Sul fallimento di Sears è intervenuto persino il presidente Trump. Un fastidioso sassolino nella scarpa per la sua teoria dell'America First: 68mila americani dopo Natale perderanno il lavoro. Il presidente ha detto che il crack è stato causato da anni di scelte manageriali sbagliate. Amazon non c'entra. O, almeno, non solo. La principale scelta sbagliata è stata quella di puntare solo al taglio dei costi, mentre i competitor come Macy's e Kohl's cercavano di reinventarsi, rinnovando i magazzini e investendo per costruire un futuro nell'era digitale.

Centrale è stata la figura di Edward Lampert, hedge fund manager che nel 2005 rilevò la società unendola alla catena Kmart. All'epoca i giornali lo descrivevano come "il prossimo Warren Buffett". Oggi ne parlano come un "pirata finanziario", accusato di aver scorporato e venduto gli asset migliori della società: nei 13 anni della sua gestione,



tra Sears e Kmart, ha chiuso 2.800 magazzini e ceduto gli spazi commerciali a società immobiliari. Il segretario al Tesoro Steven Mnuchin è stato compagno di stanza di Lampert a Yale. E ha occupato una poltrona nel cda di Sears dal 2006 al dicembre 2016, quando è entrato a far parte dell'amministrazione Trump.

Amazon, dunque, ha cambiato le regole del gioco. Ma il settore del retail non è affatto in crisi per chi ha saputo rinnovarsi. Il Global retail market report 2018 parla di un settore che vale 23.420 miliardi di dollari, e che nei prossimi cinque anni avrà un tasso di crescita composto (Cagr) del 5,3%, pari a un incremento dei ricavi nel mondo a 31.881 miliardi nel 2023. Insomma la crescita c'è, cambia il modo di fare business e cambiano le aree di sviluppo. Il mercato del retail è ritenuto maturo e ad alta competitività nelle economie sviluppate di Europa e Nord America. La spinta maggiore arriva da Asia e Medio Oriente.

La tecnologia ha cambiato le modalità di spesa e ridefinito la customer experience, sia online che offline. Lo smartphone guida le scelte di acquisto nell'e-commerce, ma anche chi compra nei negozi fisici prima passa attraverso le ricerche digitali: l'interazione digitale condiziona le scelte d'acquisto per 56 centesimi su ogni dollaro speso negli store fisici. È vero che Amazon ha scalato rapidamente la classifica mondiale dei retailer, ma è solo al sesto posto in termini globali. I giganti della Gdo come Walmart sono più grandi e potenti di sempre. Continuano a espandersi nei mercati emergenti e a testare nuove tecnologie. La strada sembra essere quella di un'alleanza tra i due mondi, un giusto mix tra e-commerce, digitale e negozi fisici. Anche perché le vendite retail non stanno diminuendo, al contrario il 90% delle vendite mondiali avviene ancora nei negozi fisici. Come avverte un report Kpmg sono cruciali le nuove tecnologie, come l'intelligenza artificiale o i social network, per orientare le scelte di acquisto. I clienti ci sono, sono solo cambiati. Il settore retail in questo scenario data-driven è chiamato a ridisegnare le sue strategie. Cambiamento rivoluzionario, costoso ed estremamente rapido.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

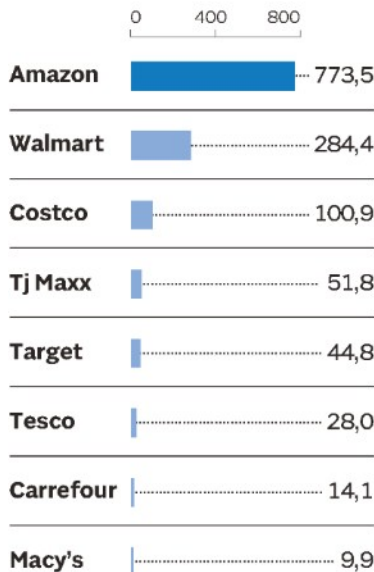
4,1%

L'AUMENTO

Atteso delle vendite per questo fine settimana tra Black Friday e Cyber Monday rispetto all'anno scorso. La cifra supererà i 1.000 miliardi di dollari.

Un gigante e gli altri

Capitalizzazione di Amazon e delle altre grandi società di retail, in miliardi di dollari, 2018



Affari d'oro. Nel weekend in America, tra Black Friday e Cyber Monday, le vendite retail saliranno del 4,1% rispetto allo scorso anno

Media

Offerta di Amazon per 22 reti regionali della Walt Disney

MILANO

Dopo il *Washington Post*, Jeff Besos mette nel mirino le tv di Walt Disney, ma questa volta lo fa attraverso il colosso di Seattle. Secondo quanto riportato dalla Cnbc, Amazon avrebbe presentato un'offerta per acquistare le 22 reti regionali sportive che Disney è stata costretta a cedere per motivi antitrust. Dopo l'acquisizione da 71,3 miliardi di dollari della 21st Century Fox, il colosso dei cartoni dovrà valorizzare alcune partecipazioni con un'asta competitiva. Secondo alcune fonti interpellate dalla Cnbc, dopo un primo giro d'offerte, il gruppo, che con Amazon Prime punta molto sui contenuti video, sarebbe tra i favoriti ad aggiudicarsi le tv sui cui vengono trasmesse le partite di 44 team professionistici appartenenti alla Major League di baseball, l'Nba del basket e dell'hockey.

71,3_{MLD}

L'acquisizione in dollari di Century Fox da parte di Disney



Digital

Alibaba e Google tra retail e virtuale

I due colossi dell'e-commerce studiano app e modelli di business per integrare più esperienze d'acquisto. **Alice Merli**

L'integrazione tra esperienza fisica, digitale e virtuale condizionerà sempre di più il futuro del fashion. E i grandi gruppi della rete stanno accelerando in questa direzione, primo fra tutti **Alibaba**. In occasione dell'incontro «Acing the data game» tenutosi ieri durante il convegno **e-P summit** promosso da **e-Pitti.com**, il colosso dell'e-commerce asiatico da 465 miliardi di dollari di business (+56%) ha messo l'accento sul modello di business New retail. La società che gestisce i dati di oltre 617 milioni di consumatori, ovvero quasi il doppio della popolazione statunitense, sta lavorando alla fidelizzazione del cliente dalla rete al negozio fisico. «Partiamo dai data bank e raccogliamo le info del brand con cui collaboriamo. L'idea è digitalizzare le risorse di chi compra, ma anche trasformare l'interesse potenziale in acquisto», ha sottolineato **Christina Fontana**, business development director Italy di Alibaba group. La Cina è il mercato numero uno per i beni di lusso: i consumatori valgono il 32% della categoria in tutto il mondo, una fetta che è destinata ad aumentare. «Basti pensare al brand di alta gioielleria francese **Chaumet** oppure al pop-up store di **Valentino** a Pechino della scorsa estate, dove facciamo comunicazione del prodotto portando le persone direttamente in store. D'altronde, il 50-60% della popolazione cinese è online e l'interessamento verso il fashion continua a crescere. E l'80% degli accessori e prodotti di moda nel Paese si vendono sulla nostra piattaforma». Tra gli altri big della rete in evoluzione c'è anche **Google**, che sta utilizzando app e strumenti per comprendere meglio le aspettative del cliente. «Se si utilizza il potere dei dati la realtà virtuale sarà un cambiamento importante. Le capacità digitali aiutano le aziende a organizzare l'asset. E tutte le esperienze immersive per il cliente saranno più importanti in tutti gli spazi digital», ha poi sottolineato **Alessandra Domizi**, industry head, fashion & retail di Google, durante l'intervento «Eyes on the prize: digital transformation is still possible». La piattaforma per realtà aumentata su Google è utilizzata dai brand come fitting room in rete, ma ci sono anche app attraverso cui è possibile creare il proprio capo. «Il design si arricchisce nel suo processo grazie ai dati. E il cliente deve avere più scelte», ha concluso la manager. (riproduzione riservata)



E-commerce

La customer experience diventa channel-less

I manager di Tod's e Brunello Cucinelli hanno illustrato i loro progetti per il web all'e-P summit 2018. **Ludovica Tofanelli**

Un commercio sempre più sfidante, un consumatore sempre più protagonista e un'imprescindibile integrazione tra online e offline. Investiti dalla rivoluzione digitale, i brand di ogni segmento hanno rivisto le strategie per assecondare richieste di mercato sempre più frenetiche. A porre sotto i riflettori la questione del commercio nell'era contemporanea è stato **e-Pitti.com** in occasione dell'**e-P summit 2018** organizzato da **Fiera digitale**, società controllata da **Pitti Immagine**. Seguendo il tema del convegno «execution is everything», gli ospiti chiamati a condividere la loro visione hanno quindi posto come centrali le questioni dell'integrazione e dell'integrità. «Omnichannel oggi significa sinergia», ha spiegato **Gaia Franceschini Beghini**, head of group omnichannel project di **Tod's group**. «Oggi passiamo molto tempo sui digital media e sui social network, strumenti che influenzano il nostro comportamento», ha continuato la manager. «La customer experience è ovviamente differente tra offline e online, visto che sono coinvolti strumenti diversi, ma si tratta comunque di un unico customer journey. Preferisco quindi parlare di esperienza channel-less.

Perché il consumatore non vede differenza tra le due esperienze. Quindi ciò che è fondamentale per il brand è porre al centro il cliente e partire da lì», ha continuato **Franceschini Beghini**. Un tema condiviso anche da **Francesco Bottigliero**, iCeo di **Brunello Cucinelli**, che ha comunque sottolineato l'importanza di mantenere l'integrità del brand e dei suoi valori. «Siamo di fronte a una rivoluzione retail, il consumatore agisce sempre più velocemente. Diventare visibili sui social è molto complesso oggi e se ci si espone in modo esagerato si rischia poi di perdere l'esclusività», ha spiegato **Bottigliero**, che ha portato la sua experience sul palco del **Talent Garden** di Milano insieme a **Enrico Casati**, founder di **Velasca**, e **Joeri Groenewoud**, vicepresidente Business development Emea di **eShopWorld**. «Noi sappiamo di dover agire in modo accurato per non perdere il fascino. Cerchiamo quindi di usare i migliori strumenti possibili per arrivare al consumatore nel momento giusto, senza sovraesporci. Vogliamo essere presenti, ma quando il cliente ne ha bisogno», ha concluso il manager, auspicando un'evoluzione della tecnologia verso la sua stessa invisibilità. (riproduzione riservata)



IN BREVE**INFOCAMERE****Pagamenti elettronici:
nasce ICONTO srl**

L'Istituto di Pagamento di InfoCamere, per conferimento del relativo ramo di azienda dalla Società delle Camere di commercio, diventa ICONTO Srl, società controllata al 100% dal sistema camerale italiano.

L'operazione si pone l'obiettivo di creare un nuovo soggetto giuridico, autonomo e specializzato, in grado di sviluppare servizi di pagamento più innovativi a favore delle Camere di Commercio e delle imprese.



CRIPTOVALUTE**Il Bitcoin cede
il 32% in tre
giorni e crolla
a 4.200 dollari***(Bussi a pagina 16)*

IL MERCATO BAKKT RINVIÀ AL 24 GENNAIO IL LANCIO DEL FUTURE REGOLAMENTATO

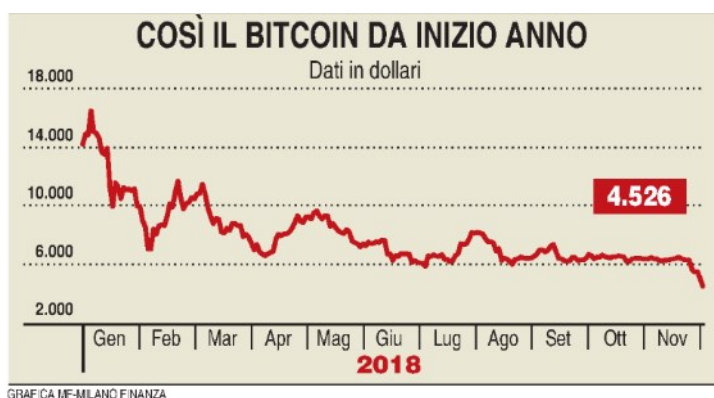
Bagno di sangue per il Bitcoin*La criptovaluta perde il 32% in tre giorni e precipita a 4.200 dollari. Colpa della stretta dei regolatori Usa e della guerra innescata dall'hard fork del Bitcoin Cash***DI MARCELLO BUSSI**

In tre giorni il Bitcoin ha perso il 32% del suo valore, precipitando ai minimi dell'anno a 4.200 dollari e la sua capitalizzazione è scesa a 78,4 miliardi. La maggior parte delle altre criptovalute è andata anche peggio. A innescare la caduta è stata sicuramente la guerra fratricida scoppiata con l'hard fork del Bitcoin Cash. Si fronteggiano due squadre contrapposte: quella guidata da Roger Ver, denominata Bitcoin Abc, e l'altra condotta dal controverso Craig Wright, che proclama di essere il vero Satoshi Nakamoto, lo pseudonimo usato dall'anonimo creatore del Bitcoin, chiamata Bitcoin Cash SV, ovvero Satoshi vision. Si sospetta che soprattutto Wright abbia venduto molti Bitcoin per sostenere i prezzi del suo SV, ma al momento la guerra lo vede soccombere. Accentuando il suo nervosismo che lo ha

portato a minacciare un attacco alla blockchain del Bitcoin. A questa guerra civile all'interno del mondo crypto si è aggiunta la nuova stretta della Sec sulle ico annunciata venerdì scorso. E proprio ieri Bloomberg ha rivelato che il Dipartimento di Giustizia Usa ha aperto un'indagine su Tether, l'emittente dell'omonimo stablecoin, una criptovaluta ancorata al valore del dollaro in un rapporto 1:1, che avrebbe manipolato i mercati pompando il valore del bitcoin, in particolare attraverso la piattaforma di scambio Bitfinex. In realtà è dallo scorso dicembre che si parla di questa indagine. Guarda caso è tornata a galla in un momento di grave difficoltà del Bitcoin.

Qualcuno sostiene che si voglia far eliminare la prima delle stablecoin per fare spazio a quelle nuove, nate con l'imprimatur delle autorità regolatrici Usa e della finanza tradizionale.

Solo che in questo marasma, ieri l'Intercontinental Exchange (Ice), il proprietario della Borsa di New York (Nyse), ha annunciato che il lancio dell'attesissimo Bakkt, previsto il 12 dicembre, è stato rinviato almeno al 24 gennaio del 2019. Bakkt è un mercato regolamentato dei futures sul Bitcoin, che dovrebbe spingere gli investitori istituzionali a entrare nel mondo delle criptovalute. Ormai speravano un po' tutti che la sua partenza avrebbe riportato gli acquisti sul Bitcoin e il suo rinvio rischia di allontanare il rimbalzo della criptovaluta. Di certo il Bitcoin, nato con l'ambizione di sostituirsi alla finanza tradizionale, per la sua sopravvivenza ora conta sull'intervento di quest'ultima. Pronta a inglobarlo non si capisce bene se per distruggerlo definitivamente o per tornare a farlo prosperare ma con le sue regole e i suoi vecchi protagonisti. (riproduzione riservata)



Wall Street azzera i rialzi 2018

L'hi-tech brucia mille miliardi

In caduta libera anche il greggio, in 40 giorni barile in calo di oltre il 30%

Le Borse

di **Giuliana Ferraino**

Iniziata come una vendita sui titoli tecnologici, la seduta a New York è via via diventata una fuga generale degli investitori dal rischio che ha fatto perdere a Wall Street i guadagni da inizio anno. Alla fine l'indice S&P 500 è sceso dell'1,8%; il Dow Jones ha chiuso in calo del 2,2%, dopo aver ceduto oltre 600 punti, mentre il Nasdaq ha ceduto l'1,7.

Le cinque grandi società hi-tech, note con l'acronimo Faang (Facebook, Apple, Amazon, Netflix e Google (Alphabet)), hanno bruciato oltre mille miliardi di dollari di capitalizzazione di mercato dai record toccati nel 2018. Nuova débâcle per Apple, che ha perso il 4,8%, chiudendo a 176,98 dollari, mentre la capitalizzazione si riduceva poco sotto gli 882 miliardi, dopo aver toccato i mille.

Con il passare delle ore, gli ordini di vendita si sono estesi a tutti i settori, dal comparto energetico al retail alla salute. In profondo rosso è finito anche il petrolio, ai minimi di un anno: il Brent ieri è sceso di altri 4,48 dollari, a 62,41 dollari al barile, mentre il Wti quotato a New York ha ceduto

quasi il 7%, scendendo a 53,29 dollari al barile, dopo un minimo di 52,73 dollari. In 40 giorni il petrolio ha perso oltre il 30%, a dispetto delle tensioni geopolitiche. Gli occhi sono puntati al vertice Opec del prossimo fine settimana, dove i Paesi produttori si confronteranno con la richiesta dell'Arabia Saudita di una forte riduzione e l'incertezza russa.

Il nervosismo, che continua a spazzare i mercati, segnala i timori degli investitori per un rallentamento dell'economia globale, a causa della guerra commerciale tra Stati Uniti e Cina, ma anche per le nuove incertezze sulla Brexit, dopo l'accordo trovato tra il governo britannico e l'Unione europea.

Al di qua dell'Oceano la giornata sui mercati non è andata meglio, con tutti i listini europei in flessione. Milano ancora una volta è stata la piazza peggiore in Europa (-1,87%), appesantita dai timori della bocciatura della bozza sulla legge di Stabilità attesa oggi dalla Commissione europea.

Francoforte ha chiuso in ribasso dell'1,58%, Parigi dell'1,21% e Londra dello 0,76%. Sul mercato valutario la paura ha rafforzato il dollaro, facendo scivolare l'euro sotto quota 1,14.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

1,8

per cento

il calo dell'indice S&P 500 ieri; il Dow Jones ha chiuso giù del 2,2%, dopo aver ceduto oltre 600 punti; il Nasdaq ha perso l'1,7%



Stelle e strisce La bandiera degli Stati Uniti davanti alla Borsa di New York



SILICON VALLEY GLI DEI CADONO COME IN TV

Federico Rampini

Il titolo da romanzo-film esisteva già, si chiama la caduta degli dèi. La trama si sta avvitando in un crescendo: i signori della Silicon Valley, i Padroni della Rete, i dittatori dell'universo digitale, sprofondano in un mare di guai. Al punto da litigare tra loro, come sempre quando s'intravede un disastro.

pagina 14

Silicon Valley di lacrime

La caduta degli dei della rete fa gran rumore pure in Borsa

Tonfi azionari, liti tra colleghi, primi scioperi e scandali: non è più oro tutto quel che è web

Dal nostro corrispondente

FEDERICO RAMPINI, NEW YORK

Il titolo da romanzo-film esisteva già, si chiama la caduta degli dèi. La trama si sta avvitando in un crescendo: i signori della Silicon Valley, i Padroni della Rete, i dittatori dell'universo digitale, sprofondano in un mare di guai. Al punto da litigare tra loro, come sempre quando s'intravede un disastro e la ricerca dei colpevoli si fa urgente. Tim Cook (Apple) accusa Mark Zuckerberg (Facebook), il quale se la prende con tutti: i suoi collaboratori, la stampa cattiva. Da Facebook prosegue l'esodo di dirigenti. Google ha perso il 20% del valore di Borsa, oltre a sperimentare i primi scioperi nella storia della Silicon Valley. La tecnologa del *New York Times*, Kara Swisher, propone un paragone: le fiamme tossiche degli incendi della California, il fumo spesso che intossica gli abitanti di San Francisco, è la metafora di un altro inquinamento. Etico, politico, valoriale. Anche finanziario.

Nel grande romanzo della Silicon Valley in crisi per trovare un ordine cronologico e d'importanza bisogna sempre partire dai soldi. La caduta di Borsa non risparmia nessuno, a spingere gli indici al ribasso sono le star dell'economia digitale, le stesse che avevano trainato i rialzi degli ultimi anni. Il cam-

bio di atmosfera è brutale, improvvisamente tutti i problemi convergono. Dal calo di vendite di certi modelli di iPhone alla guerra commerciale Usa-Cina che minaccia la catena logistica delle multinazionali tecnologiche; dagli scandali politici di Facebook alle multe dell'Unione europea contro Google. Perfino l'unica buona notizia delle ultime settimane, l'apertura della nuova sede di Amazon a New York, è macchiata da polemiche: Jeff Bezos ha estorto esenzioni fiscali così esorbitanti che ogni nuovo assunto "costerà" al contribuente newyorchese 40.000 dollari di mancato gettito. La sinistra del partito democratico attacca i "liberal" della West Coast che finora l'avevano coccolata. Il crollo d'immagine più disastroso riguarda "faccia di cherubino" Zuckerberg. L'ultimo scoop del *Wall Street Journal* da una gola profonda: in una riunione ai vertici di Facebook, il fondatore e *chief executive* ha usato toni durissimi coi suoi. «Siamo in guerra», ha detto. Lui che un tempo usava le assemblee del personale per consigliare libri e corsi di mandarino, adesso dà la caccia ai dissidenti interni e attacca la stampa. Non gli è piaciuto il maxi-reportage (22 cartelle) in cui il *New York Times* ha descritto i metodi banditeschi con cui Zuckerberg tentò di soffocare gli scandali di Cambridge Analyti-

ca e successivi. Furto di milioni di dati personali dagli account Facebook, manipolazione dell'informazione, *fake news*, infiltrazioni russe: tutto ciò contribuì fra l'altro all'elezione di Donald Trump. Mentre Zuckerberg prometteva al Congresso degli Stati Uniti di non farlo mai più, contemporaneamente finanziava la diffamazione contro avversari come George Soros, scatenandogli addosso perfino una società di relazioni pubbliche di estrema destra, con calunnie anti-semitiche. Nel frattempo il problema strutturale per Facebook è che il suo mercato si è fermato. I giovani disertano questa rete sociale; il governo cinese non la vuole in casa propria. Vanno meglio filiali come Instagram, i cui dirigenti però si sono dimessi in polemica col saccheggio della privacy degli utenti.

Ai miasmi che intossicano l'aria della Silicon Valley contribuisce il duro attacco di Tim Cook, il *chief executive* di Apple che prende una



posizione diametralmente opposta a Facebook, Google e Amazon: «Il mercato non sta funzionando, l'auto-regolazione è un fallimento, dobbiamo accettare un maggiore intervento dello Stato». Eresia per il credo liberal-libertario della West Coast, e forse Steve Jobs si sta rivoltando nella tomba. Alle tensioni contribuisce il crescente disagio dei dipendenti. Quelli di Google sono all'avanguardia, hanno inscenato manifestazioni di protesta contro il top management, roba mai vista nel paradiso strapagato delle stock-option. Proteste contro la cultura di tolleranza verso le molestie sessuali; contro la cooperazione con l'industria bellica; contro l'acquiescenza verso la censura cinese. Intanto la California brucia degli incendi veri; e dell'emergenza sociale dei senzatetto. Ma anche questo chiama in causa i miliardari del digitale. Ci promettono un futuro "user-friendly" e una società iperefficiente. Non risolvono neppure i problemi nel cortile di casa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lo scontro delle tlc

Enel apre alla rete unica “Mai fuori da Open Fiber vogliamo regole certe”



Al timone
Francesco Starace,
amministratore
delegato del
gruppo Enel

**La Lega frena M5S
sulla remunerazione
della nuova struttura
Il piano Starace punta
sulle energie rinnovabili**

LUCA PAGNI, MILANO

Una società unica della rete? «Siamo per tutto ciò che consente di cablare il paese in modo veloce e a costi competitivi. Mentre siano contrari ad accrocchi e a soluzioni complicate. In definitiva, tenendo conto che Enel non uscirà mai da Open Fiber, non siamo nè contrari nè favorevoli, semplicemente non sappiamo di cosa si sta parlando».

Francesco Starace, amministratore delegato del gruppo Enel, se lo aspettava. E sapeva che non avrebbe più potuto aggirare la domanda, complice la presentazione alla comunità finanziaria milanese del piano industriale. Il manager che tre anni fa venne coinvolto dal governo di centrosinistra nella realizzazione di una nuova rete a banda larga per colmare il divario sui collegamenti veloci via internet con il resto d'Europa, è stato in qualche modo obbligato a dare la versione aziendale degli ultimi avve-

nimenti. In particolare, dell'idea avanzata dalla componente Cinquestelle del governo, la quale prevede la creazione di una unica rete figlia della fusione tra quella "storica" di Telecom e quella nascente di Open Fiber, la joint venture paritetica tra la stessa Enel e Cassa Depositi e Prestiti. Una fusione che verrebbe incentivata, attraverso un meccanismo di riconoscimento in tariffa degli investimenti effettuati, così come prevede un emendamento al decreto fiscale in discussione al Senato.

Dunque, non ha tutti i torti l'ad dell'Enel quando apre uno spiraglio alla possibilità di una fusione tra le reti, ma allo stesso tempo fa chiaramente capire che è impossibile discuterne fino a quando non si conosceranno nel dettaglio le regole di ingaggio. Semplicemente, perché le regole cambiano di giorno in giorno.

Ieri, per esempio, è arrivata la risposta targata Lega: un sub-emendamento a firma del capogruppo al Senato Massimiliano Romeo che di fatto "corregge" la prima proposta sposata dal ministero dello Sviluppo economico, dove siede il vicepremier Luigi Di Maio. Modifiche



non di poco conto. Innanzi tutto l'incentivo - determinato dall'Ag-com - non verrebbe più concesso tenendo conto anche dei dipendenti coinvolti nella nuova rete (tecnicamente la «forza lavoro dell'impresa separata»), ma nel sub-emendamento si parla invece di «investimenti per la realizzazione e manutenzione delle reti». Inoltre, gli incentivi non sarebbero indirizzati indistintamente alla rete ma soltanto alle «migliori tecnologie disponibili, comunque in grado di garantire connessioni stabili e aumentabili almeno fino a 1 Gbps (gigabyte per secondo)».

Cosa significa? In pratica, la Lega è entrata a gamba tesa sul disegno originario dei Cinquestelle - che ha messo la rete in fibra ottica tra i punti cardine della sua politica industriale - cambiandone il perimetro e, di fatto, escludendo che si possa andare a una fusione tra tutte le reti (compresa quella in rame), ma limitandola solo a quella di nuova generazione, sia di Telecom sia di Open Fiber. Questo per evitare conflitti di interesse e per limitare il più possibile gli incentivi che finiscono pesare sui consumatori.

La cronaca ha messo in secondo piano i numeri presentati da Starace al mercato, che prevedono 27,5 miliardi investiti al 2021 (di cui 8 in Italia). Fondi destinati soprattutto allo sviluppo delle rinnovabili e delle reti, nonché alla riduzione delle emissioni di CO2 dell'utility, che dovranno passare dall'attuale 48 al 62% nel triennio. Ma anche questo Starace l'avrà messo in preventivo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'ex monopolista



23,9% Vivendi è il primo socio di Tim, ma il cda è stato proposto dall'alleanza tra il fondo Elliott (8,85%) e Cdp (4,26%)

-770 Nei primi nove mesi dell'anno Tim ha un risultato netto negativo dopo la svalutazione per oltre 2 miliardi

77% Secondo i numeri pubblicati da Tim, la nuova rete a banda larga ha raggiunto il 77% delle abitazioni italiane

+25% Secondo i dati Tim, il consumo di banda mensile è salito nel corso dell'ultimo anno del 25 per cento

La partecipata di Cdp



50% Open Fiber è una società controllata alla pari dal gruppo Enel e dalla Cassa Depositi e Prestiti

9,5 Il programma prevede lo sviluppo della rete in 6 anni su oltre 270 città e 9 milioni e mezzo di case raggiunte

560 Open Fiber ha dichiarato recentemente di aver raggiunto la cifra di 560 dipendenti e 250 collaboratori fissi

6,5 Open Fiber prevede di investire entro la fine del 2023 oltre 6,5 miliardi per lo sviluppo della rete

SUB-EMENDAMENTO SULLA RETE UNICA

Mossa della Lega: tariffe svincolate dall'occupazione

**Proposte modifiche a testo
M5S. Il ruolo pubblico:
controllo a terzi «indipendenti»**

**Carmine Fotina
Marco Mobili**

ROMA

La Lega punta a cambiare la norma sulla rete unica Tim-Open Fiber congegnata dal Movimento 5 Stelle. La mossa - la modifica di un emendamento del relatore appartenente all'alleato di maggioranza - riflette anche su questo tema alcune divergenze tra i due schieramenti che vanno sistemate.

Il subemendamento al decreto fiscale, a firma del capogruppo della Lega al Senato, Massimiliano Romeo, apporta diverse correzioni: innanzitutto si svincola il meccanismo di remunerazione degli investimenti dalla «forza di lavoro dell'impresa separata». La Lega teme in sostanza che la «clausola occupazionale», pensata per contenere gli impatti del travaso del personale della rete Tim nel nuovo soggetto unico per la banda ultralarga, possa pesare sulle tariffe di accesso alla rete e, poi a valle, su quelle pagate dagli utenti finali. Il subemendamento, presentato ieri in commissione Finanze (e ancora da votare) stabilisce che, al posto della «forza lavoro», nel determinare gli «incentivi» agli investimenti l'Authority per le comunicazioni (Agcom) tenga conto in modo più generico «del piano triennale di investimenti per la realizzazione e manutenzione delle reti», da sottoporre tra l'altro a consultazione pubblica e all'approvazione della stessa Agcom. L'impianto della norma, rispetto al disegno originario M5S, è più restrittivo. Secondo Romeo il subemendamento

garantirà tempi certi, eviterà esenzioni regolatorie, conflitti d'interesse e soprattutto scongiurerà «aumenti in bolletta».

Se andrà avanti con la separazione, Tim dovrà specificare «i tempi di realizzazione dell'operazione». Non solo. Si punta a rafforzare l'indipendenza della nuova rete, preludio forse al controllo pubblico ventilato da Matteo Salvini nei giorni scorsi. Il soggetto unico, che dovrà operare solo a livello di «wholesale passivo», dovrà appartenere a una proprietà diversa o sotto controllo di terzi «indipendenti». Nessuna «cambiale in bianco», inoltre: la nuova società Tim-Open Fiber potrà godere di eventuali esenzioni regolamentari solo dopo la conclusione del processo di aggregazione e la verifica da parte di Agcom e Antitrust delle effettive conseguenze sulla concorrenza. E ancora: gli investimenti dovranno garantire connessioni «aumentabili almeno fino a 1 gbps» (gigabit/secondo).

Lo stop della Lega ai rischi della «clausola occupazionale» giunge alla vigilia di due incontri al ministero dello Sviluppo durante i quali il tema del lavoro sarà centrale. Domani Di Maio vedrà i sindacati. Oggi intanto incontra il presidente di Asstel (l'associazione degli operatori tlc), Pietro Guindani. Ci saranno anche i principali ad, incluso il nuovo capo di Tim Luigi Gubitosi. Sul tavolo le difficoltà delle tlc, anche alla luce dei maxi-investimenti legati all'asta 5G e agli oneri regolamentari del settore. Asstel dovrebbe presentare uno studio sul calo dei margini che sta caratterizzando le telecomunicazioni, con conseguenti impatti occupazionali. Resta da capire se il dialogo di «sistema» tra il governo e tutti gli operatori tlc possa portare anche a ragionamenti su un coinvolgimento più ampio nel progetto «rete unica».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LE STRATEGIE DEI COLOSSI ITALIANI**Tim, Gubitosi:
«Budget a fine
anno e piano
per febbraio»****Antonella Olivieri**

— a pagina 23

**Tim, Gubitosi conferma: a fine anno
il budget e un nuovo piano per febbraio****LA SVOLTA AL VERTICE****Le linee guida impostate
dal precedente ad, Amos
Genish, saranno riviste****Moody's: rischi sulla
separazione della rete. Oggi
il ceo da Di Maio con Asstel****Antonella Olivieri**

Moody's dà voce alle preoccupazioni circa le implicazioni sulle strategie Telecom della svolta al vertice con la nomina di Luigi Gubitosi, sostenuta dalla maggioranza Elliott in cda. L'agenzia di rating Usa sottolinea che «il cambio del ceo, il terzo dal 2016, solleva questioni su continuità manageriale, corporate governance ed esecuzione del piano strategico a lungo termine di Telecom Italia». «Restiamo preoccupati delle frizioni in consiglio e della probabile reazione di Vivendi», aggiunge Moody's, considerato che Vivendi e Elliott sono i due principali azionisti della compagnia, il primo con una quota del 23,9% e il secondo con l'8,9% («partecipazione diretta e indiretta», precisa la nota).

Anche Moody's punta il dito sulla rete, che è la «maggior sfida che il nuovo ceo si trova ad affrontare». Il Governo, riepiloga la nota, sembra vedere con favore la nascita di una rete unica (in questo senso vanno le dichiarazioni pubbliche degli ultimi giorni), in una società separata che adotti il modello «wholesale only», come Open Fiber, per intendersi, cioè con un'infrastruttura neutrale che serva tutti gli operatori. «Rite-

niamo che la separazione della rete sia un processo lungo, con elevati rischi di esecuzione, che incrementerebbe anche la rischiosità del business Telecom», avverte però l'agenzia Usa, che per ora mantiene il rating di Ba1 con outlook stabile, a riflettere le aspettative di riduzione del debito di qui al 2020 in un contesto di stabilità dei ricavi sul mercato domestico, nonostante la forte pressione competitiva e il risultato dell'asta per le frequenze del 5G, che è andata alle stelle.

Il nuovo piano dovrà dunque dipanarsi in un percorso stretto. Gubitosi - che ha concluso in tempi record gli incontri con tutta la prima linea manageriale - è già al lavoro per mettere a punto il budget 2019 e presentare il piano nei primi mesi dell'anno prossimo. Sotto la pressione dell'impairment test, il precedente ad, Amos Genish, aveva cercato di accelerare i tempi per cercare di rinviare le decisioni a fine anno. Il proposito era quello di portare il budget all'approvazione del cda il 6 dicembre. Nelle linee-guida, che a questo punto saranno riviste, il manager israeliano aveva indicato una serie di interventi, tra i quali nuove iniziative di efficienza volte a ridurre il costo del lavoro, sviluppo delle infrastrutture in partnership e collaborazione sia per la telefonia mobile di quinta generazione (5G) sia per la rete con la formula dell'Ftth, fibra integrale fino all'utente finale. Ora tabella di marcia e contenuti sono destinati a cambiare, ma comunque l'obiettivo del nuovo vertice operativo resta quello di approvare le cifre previsionali del 2019 entro fine dicembre. Nella fase di interregno il presidente Fulvio Conti aveva rassicurato i dipendenti,

in una lettera, sul forte impegno a «garantire continuità nella gestione, ma anche nel realizzare un nuovo piano che salvaguardi gli interessi dei clienti, dei dipendenti, dei nostri azionisti e di tutti gli stakeholder».

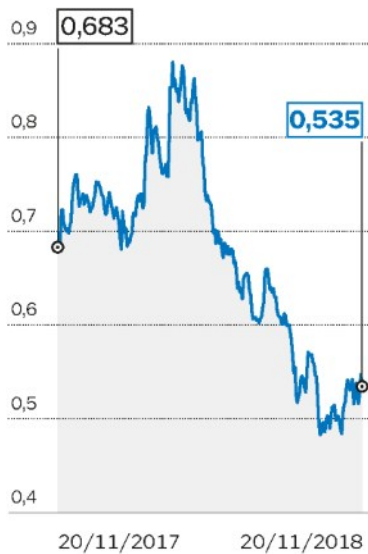
Oggi Gubitosi sarà con Asstel (l'associazione degli operatori di tlc) all'incontro con il ministro dello Sviluppo economico Luigi Di Maio, che domani incontrerà anche le delegazioni sindacali del settore. Il tema della rete continua a dividere. I sindacati sono contrari allo spezzatino di Telecom, non solo perché temono la perdita di migliaia di posti di lavoro, ma anche per il venire meno di un ruolo del Paese in un settore che una volta era la punta di diamante per l'Italia. Da registrare che ieri anche Asati, gli 8.800 piccoli azionisti dipendenti e non, ha preso posizione - in una lettera indirizzata a Di Maio - a favore di una rete d'accesso unica e quotata in Borsa, ma della quale Telecom mantenga il controllo. L'associazione presieduta da Franco Lombardi sollecita l'adozione di una «politica industriale di settore che rifletta le esigenze di un effettivo cambiamento, rafforzando la funzione strategica dell'operatore storico, salvaguardando il suo patrimonio industriale e occupazionale e garantendo una efficace e stabile governance aziendale». Tutti ingredienti che finora sono mancati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Telecom Italia

Andamento del titolo a Milano



ANSA



Manager. Luigi Gubitosi, amministratore delegato di Telecom

INCONTRO AL MISE**Tiscali verso l'operazione rilancio**

Il primo atto della nuova Tiscali è andato in scena ieri al ministero dello Sviluppo economico, dove l'azienda - presente il ceo Alex Kossuta - ha incontrato le rappresentanze sindacali. Un incontro che arriva dopo il closing dell'operazione con Fastweb che ha portato in seno alla controllata di Swisscom la licenza detenuta da Aria (controllata di Tiscali) per 40 MHz nella banda 3,5 GHz, oltre al ramo di azienda Fixed Wireless Access (Fwa) della internet company sarda. Il Mise ha parlato di impegno a «salvaguardare tutti i lavoratori», partendo dal buon risultato del deal Fastweb-Tiscali. Slc Cgil, Fistel Cisl e Uilcom Uil hanno chiesto al Mise comunque garanzie per situazioni future. Nel corso della riunione Tiscali - per la quale ultimamente si è tornato a discutere di un possibile passaggio di proprietà da parte dei due fondi russi azionisti Ict e Sova - ha condiviso con Mise e sindacati le linee generali del Piano industriale. A quanto risulta al *Sole 24 Ore*, durante l'incontro sarebbe stato spiegato che il 20% degli introiti totali dell'affare con Fastweb andrà a copertura dei debiti con le banche e il 40% per i debiti con i fornitori

—Andrea Biondi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

