

Rassegna del 21/02/2018

Sole 24 Ore	27	Walmart crolla a Wall Street Delude la crescita nell'e-commerce - Walmart crolla a Wall Street, fiacca la crescita web - Crescita fiacca sul digitale, Walmart crolla a Wall Street	<i>Barlaam Riccardo</i> 1
Giornale	24	Walmart perde la sfida con Amazon	... 3
Sole 24 Ore	11	Nella fabbrica della frutta tra datteri e robot Kuka	<i>Meneghello Matteo</i> 4
Foglio	3	Cosa c'è ventimila leghe sotto la rete mondiale di Google & Co.	<i>Sgroi Maurizio</i> 6
Repubblica Lab	6	Prove generali per le reti 5G "Il via nel 2019"	<i>Marfè Luca</i> 8
Italia Oggi	27	L'Europa vuole la sua web tax - Web tax, l'Ue riscrive le regole	<i>Rizzi Matteo</i> 9
Sole 24 Ore	24	Open Fiber: accuse «strumentali» da Fastweb e Tiscali	<i>Biondi Andrea</i> 11
Messaggero	16	Persidera, Tim convoca il cda: entro il 28 la risposta alla Ue	<i>r.dim.</i> 12
Mf	11	No dei soci di Persidera a F2i & C	<i>Follis Manuel</i> 13

GRANDE DISTRIBUZIONE

**Walmart crolla
a Wall Street
Delude la crescita
nell'e-commerce**

-10%

**Il calo del titolo per la delusione
su vendite online e stime 2018**

Riccardo Barlaam ▶ pagina 27

GRANDE DISTRIBUZIONE

**Walmart crolla
a Wall Street, fiacca
la crescita web**

Riccardo Barlaam ▶ pagina 27

Distribuzione. Titolo in caduta del 10% in Borsa dopo l'annuncio delle stime sul 2018

Crescita fiacca sul digitale, Walmart crolla a Wall Street

La svolta nell'e-commerce non basta a rilanciare il gruppo Usa

Riccardo Barlaam

«Stiamo costruendo un nuovo business», dice Doug McMillon ceo e presidente di Walmart durante la conference call per presentare i conti. Lasciando intendere che non tutto è andato come previsto nel quarto trimestre per il colosso della grande distribuzione americana. Primo datore di lavoro privato del paese, con 2,3 milioni di dipendenti. E primo retailer globale con un fatturato di oltre 500 miliardi di dollari l'anno.

Walmart sta investendo molto sull'e-commerce. Nel tentativo di resistere all'avanzata di Amazon, che cattura ormai metà di tutta la spesa online. Walmart che ha dominato l'industria americana della grande distribuzione per decenni con la sua capillare rete di Mall si trova ora a rincorrere Amazon nelle vendite attraverso Internet. I conti dell'ultimo trimestre parlano di una realtà a due facce. Due cifre su tutte. Le vendite nei supermercati tradizionali sono

umentate del 2,6% rispetto al quarto trimestre dell'anno prima. La migliore performance da otto anni a questa parte nel comparto retail. Mail dato trimestrale sull'e-commerce segnala un incremento di «appena» il 23%. Con una frenata evidente nelle vendite online dopo tre trimestri consecutivi segnati da una crescita del 50%. Per questo motivo a Wall Street, il titolo Walmart ieri è crollato arrivando a perdere oltre il 9%. Il calo più ampio da ottobre 2015.

Più in dettaglio, Walmart ha accusato utili in ribasso del 42% a 1,33 dollari ad azione contro attese per 1,37 dollari ad azione. Nonostante il passo più lento della crescita online, le vendite complessive del gruppo americano nel periodo sono salite del 4,1%, a 136,3 miliardi di dollari. Mentre il consensus era fissato a 134,83 miliardi di dollari. Gli investimenti sull'advertising (carta, tv, digitale) sono stati di 2,9 miliardi di dollari. A non convincere gli analisti è stata - come si diceva - la crescita molto lenta delle vendite online. Per il 2018 Walmart ha alzato le attese sugli utili

tra 4,75 e 5 dollari ad azione. Il mercato si attendeva 5,13 dollari ad azione. Un altro motivo che ha scatenato le vendite in Borsa. Nel nuovo anno fiscale Walmart punta a far risalire la crescita dei ricavi digitali attorno al 40%. Il flop dell'online si spiega soprattutto con il peso dell'acquisizione del sito di e-commerce Jet.com - brand per clienti urbani ad alto reddito - entrato nel portfolio di Walmart nel 2016 con una spesa di 3,3 miliardi di dollari. Investimento che finora non ha dato i risultati sperati. «Abbiamo imparato qualcosa di nuovo», ha ammesso McMillon. Ricordando che ogni settimana 260 milioni di persone entrano in

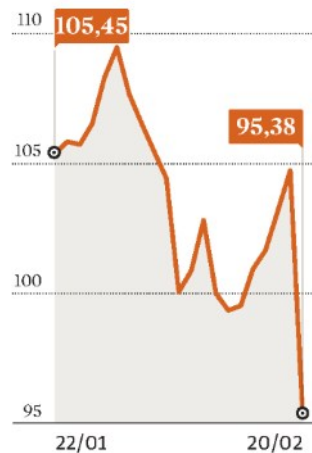


uno store o sul sito di Walmart. La società nel 2018 prevede di aprire dai 249 ai 279 nuovi superstore. Gli investimenti per l'e-commerce verranno concentrati sul sito aziendale Walmart.com rispetto a Jet.com, orientando le politiche di marketing alla ricerca di nuovi clienti nel mercato domestico online. Mercato sul quale Walmart scommette per ripetere il primato che ha nel retail tradizionale. Amazon permettendo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Walmart

Andamento del titolo a New York



DELUDONO LE VENDITE ONLINE, CROLLA IL TITOLO

Walmart perde la sfida con Amazon

■ Walmart è l'unico gruppo americano in grado di competere con Amazon, ma nell'ultimo trimestre dell'anno ha dato segni di debolezza, visto che le sue vendite online nel periodo delle feste sono cresciute solo del 24%, rispetto al 50% dello stesso periodo del 2016. Un brutto colpo per il colosso della vendita al dettaglio, che da tempo sta cercando di conquistare una fetta sempre più grande del mercato digitale, costano caro a Wall Street, dove il titolo è arrivato ieri a perdere fino al 9%, il peggior calo da quando è quotato. Negli ultimi anni Walmart ha tagliato le spese per l'apertura di



nuovi negozi fisici, puntando soprattutto sull'espansione nell'e-commerce. Una svolta che ha portato alla chiusura di diversi punti vendita, al taglio di posti di lavoro e all'acquisizione di startup di vendite online.

La diminuzione della crescita delle vendite sul web è anche dovuta alla cessione del portatore online jet.com, acquistato nel 2016 per 3,3 miliardi di dollari che ha aiutato il colosso ad espandersi nel nuovo mercato. E proprio nel settore online Walmart ha ancora molto spazio, visto che rappresenta solo il 4% delle sue vendite annuali, che toccano i 500 miliardi di dollari.



Agroalimentare 4.0. Noberasco raddoppia i ricavi e vuole crescere in Francia e Germania

Nella fabbrica della frutta tra datteri e robot Kuka

Investiti 50 milioni in una nuova sede automatizzata

LA STRATEGIA

Barrette e linee bio guidano la rivoluzione. Ora l'ad Mattia Noberasco sogna una filiera italiana con la frutta fresca di qualità

Matteo Meneghello

CARCARE (SV)

■ Qui, in alto, sul colle di Cadi-bona, la brezza del mare non la senti. Eppure Noberasco, che da qualche anno ha trasferito lo stabilimento da Albenga a Carcare, sempre in provincia di Savona, conserva con il Mediterraneo un rapporto ancora speciale. Senza questa porta sul mondo sarebbe un'azienda diversa. È la vicinanza al mare che l'ha portata, in oltre un secolo di attività, ad allacciare e mantenere, attraverso generazioni, legami con coltivatori in ogni angolo del pianeta. E ancora oggi è solo da Genova che provengono tutte le noci, i datteri, le prugne, le albicocche e gli altri frutti che l'azienda lavora e confeziona ogni giorno.

In nuovo stabilimento di Carcare sembra un'enorme «camera bianca». Quasi ci si immagina di dovere indossare guanti e cuffietta non solo nel reparto produttivo, ma anche negli uffici del marketing. In questa fabbrica la famiglia Noberasco, che guida l'azienda da 110 anni, ha investito 50 milioni. Una scelta che ha anticipato i tempi rispetto alla spinta italiana all'automazione impressa dal piano Industria 4.0.

La frutta arriva in container via mare dai cinque continenti - viene scaricata a Genova, ma presto dovrebbe aprire anche la nuova piattaforma di Savona - poi affronta gli ultimi chilometri in autostrada prima di approdare qui.

«Riceviamo un semilavorato - spiega Mattia Noberasco, amministratore delegato e pronipote

del fondatore -, che dal campo ha subito una prima trasformazione». La frutta morbida arriva essiccata e viene reidratata e pastorizzata in tre impianti, ciascuno in grado di servire due linee di confezionamento a caldo e sterilizzazione. Altre quattro linee sono per la frutta secca. L'impianto può lavorare 150 tonnellate al giorno. Da qui in poi la presenza umana si limita al coordinamento. Una volta confezionato, il prodotto viene gestito da tre robot Kuka e poi spostato da muletti senza guidatore all'interno del magazzino automatizzato: un enorme labirinto di pallet e discatoloni dove c'è spazio solo per i corridoi percorsi da altri robot. L'automazione nella logistica facilita la gestione dei dati. «Il passaggio e lo stoccaggio delle informazioni - spiega Noberasco - funziona ormai da sistema a sistema, attraverso smartphone o tablet. È un processo necessario anche per agevolare i controlli previsti dalle certificazioni, che avvengono a sorpresa».

Negli ultimi anni l'azienda ha gestito un cambiamento radicale, che ha portato all'allargamento della gamma prodotti e al raddoppio del fatturato, passato in 5 anni da 65 milioni ai 135 milioni del 2017 (erano 122 l'anno scorso) con l'obiettivo di crescere di un altro 10% a fine anno. Nello stesso periodo sono raddoppiati anche i dipendenti; da 75 a 150. L'azienda crede nella crescita (l'anno è stato chiuso a 18 mila tonnellate, ma ha una capacità di 30-35 mila tonnellate) come confermano gli ampi spazi ancora inutilizzati nell'area dove sorge il nuovo stabilimento.

Il piano di sviluppo punta ora sull'estero, in particolare in Francia, dove l'azienda è già presente con una piccola rete vendita, e in

Germania. «Anche a causa della crisi - dice l'ad - siamo passati da un consumatore tradizionalmente legato alla dispensa a un'utenza più consapevole, attenta al benessere, più orientata alle confezioni monodose». Il 95% del fatturato deriva ancora dalla gdo, ma Autogrill è oggi il primo cliente, mentre l'azienda programma nuove aperture di negozi monomarca dopo quelli inaugurati ad Albenga, Milano e Torino, e sperimenta la presenza nelle vending machine.

L'intuizione del bisnonno di Mattia, che aveva iniziato a commerciare primizie della piana di Albenga, fu importare datteri dalla Tunisia sfruttando il porto di Marsiglia. Dopo la rivoluzione del bio (Noberasco ha inaugurato la prima linea dedicata nel 2010) ora quel dattero, quello dentro la vaschetta per la ricorrenza natalizia, rappresenta il passato, spodestato da superfruits e barrette. «Le festività pesano per circa il 5% del fatturato - spiega l'ad -. Ma c'è ancora spazio per costruire valore aggiunto. Il dattero per esempio sta ritrovando popolarità, noi lo proponiamo in nuovi formati e qualità - prosegue, squadernando i prodotti sulla scrivania -, sfruttando la flessibilità di soluzioni che garantisce il nuovo impianto. Certo, la tradizione è difficile da stravolgere».

In Italia Noberasco compra oggi castagne, pomodori, mandorle e nocciole. Mattia Noberasco sogna l'ennesima «fuga in avanti»: costruire una nuova filiera tutta italiana con la frutta fresca di qualità (albicocche, pesche). «Ne stiamo valutando l'opportunità, vorremmo provarci - rivela -: le primizie del made in Italy potrebbero avere un riscontro, sia in Italia che all'estero».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Innovazione. In alto il nuovo magazzino completamente automatizzato della Noberasco, in provincia di

Savona: gestisce 8.500 posti pallet al servizio di una produzione che nel 2017 è stata

di 18 mila tonnellate, ma che potenzialmente può arrivare a 30-35mila. Qui a

sinistra la nuova sede del gruppo savonese, che oggi dà lavoro a circa 150 addetti

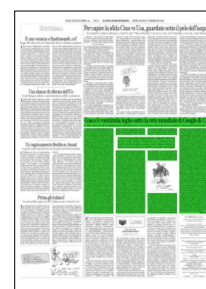
Cosa c'è ventimila leghe sotto la rete mondiale di Google & Co.

IL VERO PETROLIO DEI "ROBBER BARON" DEL WEB SONO I CAVI OCEANICI CHE FASCIANO IL PIANETA E VEICOLANO I (NOSTRI) DATI

Nata per le esigenze delle compagnie telefoniche e degli stati l'Undernet non basta più. Google, Facebook e Amazon fanno da sé. Nel business dei cavi sottomarini il confine tra affari e geopolitica è sottile e le alleanze strategiche per dividere enormi costi e benefici sono variabili. L'ascesa delle "nazioni digitali"

Roma. Era il 25 febbraio 2008 quando Google annunciava nel suo blog aziendale di aver aderito a un consorzio per la realizzazione di un cavo sottomarino, Unity, destinato a migliorare i collegamenti fra Stati Uniti e Giappone. "Se vi state domandando se se stiamo entrando nel business dei cavi sottomarini, la risposta è no", scrisse Francois Sterin, manager delle Network Acquisition. Altri tempi. Negli ultimi tre anni Google ha speso 30 miliardi di dollari per la sua infrastruttura di rete e all'inizio del 2018 ha presentato al mondo Curie, un nuovo cavo sottomarino che collegherà Los Angeles al Cile. Ma soprattutto diventerà "la prima grande compagnia non telecom a costruire un cavo intercontinentale privato", come dice sul suo blog. Curie è l'undicesimo progetto che vede Google nel ruolo di investitore nella posa di cavi sottomarini. Dieci anni dopo le dichiarazioni di Sterin, si rivela come la compagnia web più attive nel business dei cavi sottomarini. Dieci anni, d'altronde, sono un'era geologica nel mondo di internet. Nessuno nel 2008 avrebbe scommesso sulla straordinaria evoluzione dei servizi di cloud e sulla crescita vertiginosa dell'economia digitale che si avvia a passo di carica verso l'internet delle cose. Una crescita nella quale Google gioca da protagonista. Il suo network, scrive ancora nel blog, è il più grande al mondo e vi si svolge "il 25 per cento del traffico mondiale di internet". "Compagnie come Pay Pal sfruttano la nostra rete e le nostre infrastrutture per gestire efficacemente la loro attività". E il punto è tutto qui: servono infrastrutture di rete veloci, affidabili e sicure con prestazioni migliori. E farsi le proprie, o almeno partecipare alla realizzazione, è il modo più diretto per raggiungere questo obiettivo. Ecco la ragione di questi enormi investimenti: la rete pubblica di internet che sfrutta i cavi in fibra posati in tempi remoti dalle compagnie telefoniche non basta più. Nata per le esigenze delle compagnie telefoniche, ovvero per trasportare traffico telefonico e fax, l'Undernet sottomarina conobbe una seconda ondata di sviluppo quando il traffico dati divenne realtà. Agli albori del XXI secolo venivano posati cavi sottomarini dedicati al traffico dati, per lo più di natura finanziaria, generandosi quella domanda di velocità e affidabilità che favorirà lo sviluppo del trading automatico. Oggi la domanda di trasferimento veloci di grandi quantità di dati è cresciuta esponenzialmente con l'arrivo delle tecnologie di streaming e delle cloud. Sicché è diventato vitale per le compagnie websoft, che si candidano ad avere un ruolo crescente anche nel settore dell'intrattenimento digitale, grande business del nostro tempo, avere voce in capitolo nel mondo dei cavi sottomarini, dove il confine fra esigenze commerciali e logiche geopolitiche è sottile. Le relazioni fra gli stati, tramite

le loro compagnie telefoniche, e i giganti della rete stanno diventando parte di una nuova geografia che non si basa più sui confini fisici, ma su quelli assi più sfumati e insieme ampi delle rotte digitali. Si creano dei consorzi dove non è strano ritrovare anche rivali, come Facebook e Google. E' accaduto per la posa del cavo Havfrue, che in danese significa Sirena, un gigante da quasi 9 mila km, progettato per collegare il New Jersey con la Danimarca e l'Irlanda, con la possibilità di estendersi fino alla Norvegia. Il primo da quasi vent'anni realizzato per collegare queste due parti del mondo. Il cavo dovrebbe essere operativo per la fine dell'anno prossimo, aggiungendosi alla già fitta rete di cavi, oltre 400, che affolla i fondali oceanici. Sempre Google è stata la prima azienda hi tech a mettere piede sul suolo di Cuba dopo che Obama, nel luglio del 2015, ha riaperto le relazioni diplomatiche con l'isola. Un rapido accordo con la compagnia telefonica locale Etecsa e a fine aprile 2017 i server del nuovo data center cubano di Google sono stati accesi. E tuttavia il business del futuro è senza dubbio l'Asia. Ancora Google partecipa al consorzio per la realizzazione di Indigo, un cavo gigantesco che si propone di collegare Singapore all'Australia, con un nodo anche a Jakarta e Taiwan, realizzato con Aarnet, Indosat Ooredoo, Singtel, SubPartners, e Telstra. Dovrebbe essere acceso entro metà 2019. I consorzi, in questi progetti, sono praticamente una costante. Questi moderni petrolieri sanno che non possono farcela da soli: posare un cavo sottomarino richiede enormi capitali e consenso politico. Le alleanze consentono di dividere i costi e spartirsi i benefici. Google e Facebook si erano già alleati con i cinesi per costruire insieme ad altri partner il Pacific Light Cable Network un cavo da 13 mila chilometri che si propone di essere la prima autostrada sottomarina a collegare Hong Kong con Los Angeles. Un altro pezzo della enorme ragnatela che cresce senza sosta. A maggio 2016 è stato annunciato Faster, un cavo sempre di Google da realizzare in collaborazione con China Mobile International, China Telecom Global, Global Transit, Kddi, SingTel costato 300 milioni di dollari. Lo stesso mese Facebook e Microsoft annunciavano che avrebbero posato insieme un cavo sotto l'Atlantico, chiamato Marea, capace di offrire una velocità di trasmissione di 160 TBps. "I grandi content provider - ha detto a Wired Tim Stronge, vice presidente di Telegeography, azienda di consulenza attiva nel settore dei cavi sottomarini - hanno enormi e spesso imprevedibili bisogni di traffico fra i loro data center. I loro bisogni sono tali che ha senso per loro costruire i cavi invece di comprarli. Possedere la fibra dà anche la flessibilità di effettuare gli upgrade quando ne avvertono la necessità senza essere soggetti alle decisioni di terze parti". Sul primato di



Google in questa gara sottomarina, per adesso, ci sono pochi dubbi, anche se Facebook non si risparmia. Oltre a Marea ha investito sull'Asia Pacific Gateway, un cavo teso fra la Malesia, Singapore, Vietnam, Hong Kong, Taiwan, Cina, Giappone e Corea. Pochi giorni l'annuncio di Curie, Facebook è entrata nell'Hong Kong-America Cable System, un progetto di un nuovo cavo per collegare Hong Kong e Los Angeles in consorzio con China Telecom, Tata Communication e Telstra. Varo previsto per il 2020, mentre si inseguono rumor di un accordo di Facebook col governo delle Filippine per fornire un'infrastruttura di rete capace di concorrere con quella dei giganti delle telecomunicazioni. Microsoft è attiva nel business dei cavi sottomarini dal 2014 e ha investito su diversi progetti, con focus fra Usa, Canada e Uk, ma senza dimenticare l'Asia, dove partecipa al consorzio per il New Cross Pacific cable insieme a China Telecom e altri. Ultima in ordine d'arrivo è stata Amazon, che ha comprato una quota di capacità dell'Hawaiki submarine cable che dovrà attivarsi entro giugno 2018 e ha annunciato una recente partnership con Facebook per realizzare Jupiter, che si prevede collegherà dal 2020 Los Angeles all'Asia, passando da Giappone e Filippine. Nell'arco di pochi anni c'è stata una sostanziale evoluzione negli abissi. Ventimila leghe sotto i mari i nuovi signori della rete stanno conquistando spazio per popolare i loro paradisi elettronici. Forse è esagerato parlare della nascita di nazioni digitali. Forse è solo prematuro.

Maurizio Sgroi

Internet ultra veloce

Prove generali per le reti 5G "Il via nel 2019"

Ratti (Mit): "Ci cambierà la vita". Qualcomm: "Sarà la nuova elettricità"

di **LUCA MARFÉ**, SAN DIEGO

Non solo smartphone o tablet. La rivoluzione del 5G, una delle attrazioni principali al Mobile World Congress di Barcellona, è quella di un ecosistema digitale che si espande e che dal 2019 promette di cambiare molto: casa, industria, trasporti, sanità, sicurezza e intere città. Una nuova tipologia di reti mobili ultra-veloci che collegheranno ogni cosa, poco importa che sia uno smartphone o un'ambulanza.

«Ciò che cambierà in maniera sostanziale non sarà tanto la forma fisica della città, quanto i nostri modi di farne esperienza», spiega Carlo Ratti, direttore del Senseable City Lab del Massachusetts Institute of Technology (Mit). «Sportarsi, gestire le risorse energetiche, incontrarsi, fare acquisti, lavorare, comunicare: tutte queste attività quotidiane potrebbero essere molto diverse da come sono oggi».

La velocità è quella di una fibra ottica, il vantaggio è che tutto si muove senza fili. Il tempo di reazione, la cosiddetta latenza di risposta, è praticamente nullo. Un solo millisecondo per consentire ad un'informazione di spostarsi da un'unità all'altra di un sistema.

Nella sua sede principale di San Diego, Qualcomm ha immaginato questo ed altro ancora nei giorni scorsi. Steve Mollenkopf, Ceo del

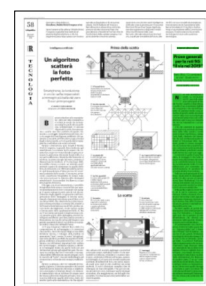
colosso statunitense dei processori per dispositivi mobili, ha definito il 5G «la nuova elettricità».

Della partita vogliono essere tutti: chi le reti le costruisce come Ericsson, Nokia o Huawei; chi costruisce microchip come appunto Qualcomm o Samsung; i gestori come Vodafone, Tim, H3G o Fastweb; chi ancora produce smartphone e dispositivi per la casa.

Il primo oggetto di questa trasformazione sarà infatti proprio la casa. Poi l'industria e i trasporti, dalle auto che si guidano da sole all'ambulanza che diventa un'estensione dell'ospedale. Identico scenario per le infrastrutture.

«È assolutamente vero che l'ingresso di Internet nello spazio fisico – "Internet delle Cose" o "Internet of Things" (Iot) in inglese – sia una tra le più grandi rivoluzioni tecnologiche del nostro tempo. E il 5G non fa che accelerarla», prosegue Ratti. «La privacy? Purtroppo è già scomparsa senza che ce ne accorgessimo. Oggi chiunque abbia uno smartphone lascia dietro di sé migliaia di tracce digitali: dove ci troviamo, cosa stiamo facendo, se ci spostiamo in macchina o a piedi. Tutte informazioni che finiscono da qualche parte. È un po' come nella *Memoria del Mondo*, il racconto di Italo Calvino. Le domande poste da Calvino sono quelle che oggi ci troviamo a porre noi stessi: chi controlla questi dati? Come possiamo evitarne i monopoli? Interrogativi che adesso più pertinenti che mai».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'Europa vuole la sua web tax

Gli utili delle multinazionali che vendono servizi digitali tassati in ciascun paese in proporzione al volume d'affari. Anche senza stabile organizzazione

Una web tax europea il cui presupposto è la possibilità di erogare servizi digitali senza una presenza fisica. Una tassazione, che deve necessariamente avvenire sotto la regia dell'Unione europea per evi-

tare pericolose frammentazioni del mercato unico e eccessivi oneri a carico delle imprese digitali. Ieri, Pierre Moscovici ha svelato la proposta per la tassazione digitale allo studio della commissione europea.

Rizzi a pag. 27

Il commissario Moscovici anticipa la proposta che sarà formalizzata il mese prossimo

Web tax, l'Ue riscrive le regole

La presenza digitale è sufficiente per tassare i profitti

La Web Tax secondo la commissione Ue

Territorio	Fornire servizi attraverso una presenza digitale senza la necessità di una presenza fisica all'interno di uno stato Ue
Oggetto	Stabilire un'allocatione dei profitti che rifletta le nuove forme digitali di creazione di valore

DI MATTEO RIZZI

La web tax europea sarà applicata ai servizi digitali nel paese in cui questi vengono erogati, anche se l'azienda che li fornisce non ha una presenza fisica nel paese considerato. Una tassazione, che deve avvenire necessariamente sotto la regia dell'Unione Europea per evitare pericolose frammentazioni del mercato unico e eccessivi oneri di compliance a carico delle imprese digitali. Ieri, **Pierre Mosovici**, commissario europeo agli affari economici, ha iniziato a svelare le carte sulla proposta per la tassazione digitale in studio dalla commissione europea, sbilanciandosi sui presupposti dell'imposta e bacchettando gli stati, come l'Italia, che già hanno avviato delle iniziative.

«Con la nostra proposta sul tavolo, l'Ue assumerà pienamente il proprio ruolo di leader: un'Unione unita, pronta a proporre soluzioni ambiziose a livello internazionale», così Moscovici descrive la proposta che dovrebbe arrivare entro il mese prossimo. Tuttavia, tale proposta non esclude la necessità di «prendere in conside-

razione alcune misure mirate più immediate», afferma il commissario.

L'imposta europea sull'economia digitale dovrebbe «trovare un metodo equo per stabilire la tassazione, tenendo conto che un'azienda può fornire servizi digitali agli utenti in un mercato senza essere presente fisicamente». Una proposta che va quindi a scardinare la struttura attuale della tassazione internazionale. Principio fondamentale della fiscalità tra diverse giurisdizioni, infatti, è il concetto di «stabile organizzazione» che definisce una tassazione dei profitti all'interno del paese dove ha sede abituale l'impresa considerata, anche se questi vengono generati all'interno di un'altra nazione.

L'innovazione della Commissione tuttavia non sembra finire qui. Il commissario, infatti, fa riferimento a «un modo giusto ed efficace per riflettere sulle nuove forme di creazione di valore delle aziende». Questo si ripercuote anche «nell'allocatione dei profitti, che deve

tenere conto dell'utilizzo degli utenti». Considerando quindi, per esempio, una piattaforma come Facebook, secondo la proposta della Commissione, i profitti andrebbero tassati in base al volume degli affari che coinvolgono gli utenti del paese considerato.

«In Europa», continua Moscovici, «è diventato comune per le aziende avere una significativa presenza digitale in uno Stato membro e realizzare profitti sostanziali, ma

godere di livelli di tassazione prossimi allo zero. Una società di social media genera oggi oltre la metà delle sue entrate dalla sua attività internazionale. Conclude contratti



in giurisdizioni estere, prendendo pieno vantaggio delle infrastrutture e degli istituti dello stato di diritto, eppure solo il 5% delle tasse pagate dalle società proviene da queste giurisdizioni». Situazione che quindi «non può più essere ignorata, perchè crea un divario enorme tra il luogo in cui i profitti vengono generati e dove questi vengono tassati», afferma il commissario.

«Si tratta di una questione di equità», continua Moscovici. «In media, i modelli di business digitali sono soggetti a un'aliquota fiscale effettiva del 9%. Questo è meno della metà rispetto ai tradizionali modelli di business che sono soggetti ad un'aliquota fiscale effettiva del 21%».

Anche l'equilibrio dei conti pubblici è al centro della questione. «Mentre l'economia digitale supera quella tradizionale in termini di presenza sul mercato, gli Stati membri si trovano di fronte a basi fiscali sempre più ridotte. Per investire tale sviluppo, i governi devono proteggere le loro basi imponibili». Tuttavia, «una combinazione di provvedimenti nazionali frammentati e non coordinati avrebbe un impatto negativo sul mercato unico, aumenterebbe i costi di conformità e minerebbe la competitività delle imprese». Questo, un richiamo evidente all'Italia, che «ha preso misure unilaterali nel tentativo di risolvere il problema».

Per quanto riguarda la collaborazione extra Ue, «stiamo lavorando a stretto contatto con l'Ocse su questo tema». Tuttavia, Moscovici spinge la mossa europea dato che «c'è poco appetito tra i principali attori globali per trovare soluzioni concrete». Ma la volontà degli stati membri dell'Unione «è stata molto chiara sulla priorità di trovare una soluzione». Nelle sue conclusioni del dicembre 2017, il Consiglio Ecofin aveva infatti auspicato l'adozione di adeguate proposte della Commissione entro l'inizio del 2018, tenendo conto degli sviluppi delle discussioni in corso dell'Ocse.

—© Riproduzione riservata—



Pierre
Moscovici

Tlc. Dalle due telco denunciati disservizi

Open Fiber: accuse «strumentali» da Fastweb e Tiscali

IL NODO

Per la controllata di Enel e Cdp «il tenore e la contestualità degli attacchi fanno supporre un tentativo di indebolire la credibilità» della società

Andrea Biondi

■ «Attacchi strumentali». Open Fiber ribatte alle accuse di disservizi mosse negli ultimi giorni da Fastweb e da Tiscali (si veda *Il Sole 24 Ore* di ieri). Doglianze che hanno preso corpo in un esposto all'Antitrust, nel caso di Fastweb, e nell'annuncio di un prossimo esposto da parte della compagnia sarda per presunti disservizi e ritardi nelle attivazioni sulla rete in fibra di Open Fiber su Milano. Attivazioni che nel caso di Fastweb sono legate alla migrazione con offerta "chiavi in mano" di clientela su rete Open Fiber, ritenuta più performante (1 Giga) ed eredità di una Metroweb di cui Fastweb era azionista e cliente di fibra spenta. Tiscali, in più, ha puntato l'indice su problemi riscontrati anche a Cagliari indicando gap, fra richieste e attivazioni, nell'ordine del 50% a Milano come a Cagliari.

In entrambi i casi Open Fiber ha rispedito le accuse al mittente. E lo ha fatto con una nota dai toni duri. La premessa del contratto sta nell'evidenziare che «Open Fiber è stata lanciata solo nel corso del 2017. Troviamo sorprendente che venga ventilato un presunto abuso di posizione dominante nei confronti di un operatore nuovo entrante». Questa è invece l'accusa mossa nel suo esposto all'Antitrust da Fastweb e riferita solo all'area di Milano in cui Open Fiber avrebbe, secondo la controllata di Swisscom, una dominanza legata all'inglobamento di Metroweb.

Per Open Fiber «gli attacchi di Fastweb e Tiscali» sono invece da bollare come «strumentali». In particolare «la tempistica coincide con le divergenze riscontrate sui tavoli negoziali in essere con entrambi gli operatori». In questo quadro «appare

sorprendente il riferimento di Tiscali ad eventi che si riferiscono alla scorsa estate e che sono attualmente risolti e gestiti di concerto con la stessa Tiscali. Il sovraccarico di ordini c'è stato durante i mesi estivi dello scorso anno, segno peraltro di un significativo e positivo interesse di mercato per l'offerta in fibra». Per quanto riguarda Tiscali «il sovraccarico è stato causato da una mancata pianificazione della stessa Tiscali che ha presentato ordini su Milano e Cagliari in modo massivo e non lineare, con una distribuzione diversa rispetto ai volumi concordati». E così oggi «i volumi delle giacenze sono oggi fisiologici e comunque non esclusivamente imputabili ad Open Fiber». Insomma «il tenore e la contestualità degli attacchi fanno supporre un tentativo di indebolire la credibilità di Open Fiber e quindi di ostacolare l'affermazione sul mercato di un operatore alternativo».

Da Fastweb nessun commento mentre Tiscali con una nota «smentisce di voler in alcun modo "indebolire la credibilità di Open Fiber" alla quale, infatti, ha accordato sostegno fin dall'avvio. Tiscali conferma di considerare la partnership con Open Fiber strategica e che le azioni sono volte a tutelare Tiscali e porsi in condizione di eseguire una più efficiente azione commerciale sul servizio in fibra, che ad oggi è difficile realizzare e, conseguentemente, rafforzare Open Fiber nel fondamentale ruolo di operatore alternativo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Persidera, Tim convoca il cda: entro il 28 la risposta alla Ue

L'OPERAZIONE

BOARD STRAORDINARIO VENERDÌ 23 A MILANO ANCHE LA SOCIETÀ DEI MULTIPLEX RIUNISCE IL CONSIGLIO IL 2 MARZO GEDI A FAVORE DELL'IPO

ROMA In arrivo un cda straordinario di Tim per prendere una decisione sulla vendita di Persidera, di cui l'ex incumbent ha il 70% e Gedi gruppo editoriale il 30%; venerdì 16 è arrivata solo l'offerta di F2i-Rai Way, più bassa delle aspettative. Sono in corso sondaggi con i consiglieri di Tim allo scopo di verificare la disponibilità a partecipare a un consiglio nei prossimi giorni: c'è una convergenza per riunirlo venerdì 23 a Milano e stanno per partire le convocazioni.

Va ricordato che Telecom deve dare esecuzione a un impegno assunto da Vivendi il 4 maggio 2017 con la Ue di vendere la maggioranza di Persidera essendo non compatibile con la contemporanea presenza del gruppo di Parigi in Mediaset e quindi in E! Towers. Per dare il via libera al controllo di fatto di Vivendi su Tim, la Commissione Ue ha quindi imposto la cessione della partecipazione nella società proprietaria delle frequenze nel digitale terrestre. Ed entro il 28 febbraio il gruppo di tlc partecipato al 23,94% da Vivendi che esercita la direzione e il coordinamento, deve dare

una risposta all'Europa su cosa fare della quota nella società dei multiplex. In Persidera, però, il socio di minoranza ha poteri speciali. Telecom e Gedi hanno un patto di co-vendita e il gruppo editoriale ex L'Espresso ha anche un diritto di veto su alcune operazioni straordinarie. Persidera avrebbe convocato il suo cda per venerdì 2 marzo nel primo pomeriggio, dopo che in un primo tempo avrebbe voluto tenerlo domani. Sembra, però, che i due soci abbiano posizioni differenziate che potrebbero manifestarsi nel board dove Gedi esprime il presidente Massimo Confortini, Francesco Dini, Carlo Ottino, François Charles Dumonteil e il presidente del collegio sindacale Giovanni Barbara.

DECISIONE OBBLIGATA

Tim non ha vie d'uscita e obbligo di torto collo deve accettare l'offerta di circa 200 milioni ricevuta dagli advisor Barclays e Lazard nonostante l'aspettativa di un prezzo almeno di 300 milioni. Gedi non ha gli stessi obblighi e volendo valorizzare l'investimento potrebbe spingere per una Ipo. Rischia dunque di aprirsi un altro fronte caldo per Tim dopo quelli con il governo sul golden power, la Consob e Fininvest-Mediaset su Premium che sfocierà in Tribunale. Già nel 2014 Tim avrebbe voluto vendere Persidera: anche allora ricevette una sola offerta da Clessidra, ritenuta bassa.

r. dim.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



È L'UNICA OFFERTA SUL TAVOLO. MA AVREBBE UN FORTE IMPATTO SUI CONTI DEL GRUPPO EDITORIALE

No dei soci di Persidera a F2i & C

Telecom e Gedi di comune accordo hanno scritto una lettera in cui giudicano insoddisfacente la proposta congiunta del fondo infrastrutturale e di Rai Way. Gli advisor sono al lavoro per trovare una soluzione



DI MANUEL FOLLIS

Grazie, ma così non accettiamo. Sarebbe questo, secondo quanto risulta a *MF-Milano Finanza*, il succo del messaggio che gli azionisti di Persidera avrebbero inviato nelle scorse ore a F2i e Rai Way, giudicando l'offerta per la società dei mux (circa 250 milioni) non soddisfacente. Nei prossimi giorni quindi gli advisor al lavoro sul dossier, Barclays e Lazard da una parte e Natixis e Mediobanca dall'altra, cercheranno di trovare un'intesa che accontenti entrambe le parti. Al momento l'offerta congiunta presentata da F2i e Rai Way per il 100% di Persidera, controllata al 70% da Telecom Italia e al 30% da Gedi, è l'unica sul tavolo e si aggira intorno ai 250 milioni, cioè meno di quanto desiderino i venditori. Secondo gli offerenti, ovviamente, si tratta di un'offerta congrua che rispecchia il reale valore dell'azienda, ma in Persidera, soprattutto ai piani alti dell'azionista Gedi (gruppo Espresso), sembra che la valutazione economica sia molto lontana dal valore attribuito all'asset. Il primo step sarà quindi probabilmente prendere tempo, tanto è vero che un cda di Persidera che doveva tenersi entro il weekend è stato spostato verso la fine della prossima settimana.

Lunedì Banca Imi in un report ricordava come l'impatto di Persidera sulla valutazione di Tim sia marginale, ma sia invece rilevante per i conti di Gedi. Il valore contabile di Persidera per quest'ultima (353 milioni di euro per il 100% a giugno

2017) è infatti superiore a quello di Telecom Italia (circa 200 milioni). È quindi plausibile che per il socio di minoranza di Persidera la variabile del prezzo sia fondamentale e per questo si stanno affacciando sul mercato le ipotesi più disparate: c'è chi sostiene che gli advisor lavoreranno per inserire nell'offerta alcune clausole che possano mettere tutti d'accordo e chi invece scommette che Gedi potrebbe chiedere a Tim di rilevare il suo 30%. Ieri, in un'intervista a *MF-Milano Finanza*, l'amministratore delegato di F2i, Renato Ravnelli, ha spiegato che «l'offerta è composta da ipotesi migliorative nel tempo ed è in linea con quanto gli azionisti si attendevano». Di fatto però, essendo quella del fondo e di Rai Way l'unica proposta sul tavolo, senza concorrenti, il prezzo finisce per farlo il compratore.

Tim dal canto suo è obbligata a vendere Persidera, perché è la condizione posta dall'Antitrust Ue per il via libera al controllo da parte di Vivendi sul gruppo delle tlc guidato da Amos Genish. In Italia ci sono 20 mux: Raiway, Ei Towers e Persidera ne detengono cinque ciascuno. Gli altri cinque sono suddivisi fra Cairo, H3G, Dfree (che fa capo a Tarak Ben Ammar), Costantino Federico (editore di rete Capri) e Francesco Di Stefano (Europa7). Per motivi di Antitrust nessuna società può avere più di cinque mux. Per questo motivo l'offerta congiunta prevede l'acquisizione da parte di F2i della titolarità dei diritti d'uso delle frequenze attualmente rilasciate a Persidera per i propri multiplex Dtt e l'acquisizione da parte di Rai Way dell'infrastruttura di rete con la contestuale sottoscrizione di un accordo pluriennale per la fornitura di servizi di broadcasting. (riproduzione riservata)

Quotazioni, altre news e analisi su www.milanofinanza.it/persidera

