

## Rassegna del 21/09/2018

\*\*\*

Corriere della Sera	43	Sussurri & Grida - Nielsen, boom delle vendite online	giu.fer.	1
Italia Oggi	16	Nielsen, le vendite online crescono 4 volte più dell'offline	...	2
Italia Oggi	15	Amazon Go, la sfida è senza fila	Sottilaro Francesca	3
Mf	9	Amazon aprirà 3 mila negozi alimentari negli Usa	...	5
Corriere della Sera	41	Satsipay, banche e fondi spingono la raccolta a quota 42 milioni	Sabella Marco	6
Sole 24 Ore	14	Satsipay, aumento di capitale da 15 milioni	Mo.D.	7
Italia Oggi	39	Pagamenti, il progetto Siope+ è a un punto di svolta	Marzano Renato	8
Italia Oggi	16	Nasce RoBET, la piattaforma per scommesse con criptovalute	...	9
Repubblica	39	Jack Ma (Alibaba): non creo nuovi posti per colpa dei dazi	...	10
Stampa	18	Guerra dei dazi Alibaba ritira 1 milione di posti di lavoro in Usa	Mastrolilli Paolo	11
Giornale	25	Alibaba cancella 1 milione di posti in Usa	Astorri Marcello	12
Messaggero	14	Alibaba, schiaffo a Trump: «Cancelleremo un milione di posti di lavoro negli Usa»	Pompetti Flavio	13
Italia Oggi	17	Aser investe negli eSports ed entra nel capitale del digital network Hellodi	...	14
Sole 24 Ore - Focus	24	VicenzaOro - Vettrine virtuali e social network La gioielleria alla svolta digitale	Ganz Barbara	15
Sole 24 Ore .marketing	33	Panorama - MailUp vira verso i digital marketing hubs	E.N.	17
Sole 24 Ore .marketing	33	Panorama - We are social sbarca a Madrid	E.N.	18
Repubblica	39	Google e Facebook ancora accuse sul fronte privacy	...	19
Sole 24 Ore	16	Asta 5G, nei rilanci superati i 4 miliardi	Biondi Andrea	20
Mf	6	Fibra, partono gli incontri del Mise con gli operatori	Follis Manuel	21
Sole 24 Ore	16	L'ad di Tim «a rapporto» da Vivendi Trasferta-lampo di Genish a Parigi	Olivieri Antonella	22
Sole 24 Ore	17	Parterre - Gli uomini delle Tlc di Piazzetta Cuccia	A.Ol.	23
Il Fatto Quotidiano	11	Vivendi-Elliott, tregua per fare fuori l'ad di Tim - Vivendi e Elliott, pace provvisoria per far fuori Genish	Meletti Giorgio	24
Repubblica	63	Chat, social e computer ora il cinema insegue la Rete	Nepoti Roberto	26

## **Sussurri & Grida**

### **Nielsen, boom delle vendite online**

(giu.fer.) Le vendite globali online di prodotti di largo consumo stanno crescendo 4 volte più velocemente delle vendite offline, e saliranno a 400 miliardi di dollari entro il 2022, indica il nuovo report mondiale Nielsen «Future opportunities in FMCG e-commerce».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Nielsen, le vendite online crescono 4 volte più dell'offline

Le vendite globali online di prodotti di largo consumo stanno crescendo quattro volte più velocemente delle vendite offline. Il dato emerge dal nuovo report mondiale Nielsen «Future opportunities in Fmcg e-commerce». In particolare, in Europa i prossimi anni vedranno un aumento decisivo del canale e-commerce, soprattutto a causa delle mutate dinamiche sociali e del crescente bisogno di convenienza.

Il report, che esamina gli attuali fattori di crescita dell'e-grocery (l'e-commerce nel largo consumo) in 34 mercati, evidenzia il rapido ritmo con cui il canale si espanderà nei prossimi anni (18,4% crescita percentuale media in un anno) e stima che le vendite globali totali raggiungeranno i 400 miliardi di dollari (circa 340 miliardi di euro) entro il 2022. Il 26% dei consumatori europei utilizza già piattaforme di e-commerce per la consegna a domicilio dei prodotti di largo consumo. Il Regno Unito è in testa alla classifica con il 6,3% dei prodotti venduti online, seguito dalla Francia (6,1%). La classifica dei top-5 nell'Europa occidentale continua con Svizzera, Italia e Paesi Bassi (rispettivamente 1,8%, 1,7% e 1,5%). I restanti mercati occidentali inclusi nel report sono Belgio, Spagna, Germania e Portogallo.

Il report Nielsen identifica alcuni dei principali fattori che traineranno la crescita dell'e-commerce nel largo consumo in futuro, tra cui: dimensioni del mercato, penetrazione dei conti correnti bancari, penetrazione di Internet, penetrazione degli smartphone; fattori di crescita macroeconomica: facilità di fare impresa, densità di popolazione, affidabilità dei servizi postali; fattori di crescita sociale: fiducia dei consumatori, cultura del risparmio; fattori di crescita dell'offerta: maturità degli operatori dell'e-commerce nel largo consumo.

«I Paesi europei dove l'e-grocery è più sviluppato sono accomunati da indicatori sociali precisi: alta media della popolazione, stili di vita sempre più frenetici, urbanizzazione», puntualizza Romolo de Camillis, retailer services director di Nielsen Italia. «I servizi di e-commerce che si stanno diffondendo sul continente, semplicemente, consentono ai consumatori di risparmiare tempo: renderanno quindi sempre più urgente per i player del largo consumo la necessità di sviluppare un'offerta omni-canale».



*Jeff Bezos pianifica tremila negozi nel mondo privi di cassa: alimentari ma non solo*

# Amazon Go, la sfida è senza fila

## Sulle grocery i rivali sono Subway, 7-Eleven e Pret a Manger

DI FRANCESCA SOTTILARO

**L**a sfida di Amazon è nei negozi fisici e senza coda alle casse. A due anni dal primo Amazon Go inaugurato a Seattle, e a pochi giorni dal quarto che ha schiuso i battenti a Chicago, il piano di aperture si annuncia faraonico: nove entro fine anno e 50 negozi nel 2019 poi il boom. Secondo fonti dell'azienda **Jeff Bezos** ne aprirà tremila da qui al 2021. E poco importa se la scelta sarà onerosa (anche tutte le attività e-commerce sono in perdita, perché il gruppo guadagna con il Cloud).

Secondo uno studio pubblicato ad agosto negli Usa i consumatori non sono più inclini alla fila: trascorrono circa 37 miliardi di ore l'anno in coda, oltre due ore a persona a settimana (si veda *ItaliaOggi* del 22/08/2018) e la prospettiva di perdere tempo fa sì che l'86% di essi abbandoni il negozio prima dell'acquisto.

Amazon, che per primo ha lanciato il format, sta accelerando la formula che

per gli investitori del tech è la sfida del millennio: suona come una controffensiva alle insegne grocery, in prima fila il rivale di sempre Walmart, che

con Microsoft sta studiando una soluzione analoga.

Amazon mira a medio termine a inglobare dei modelli esistenti. A livello di grocery Amazon Go, che offrirà presto anche prodotti non food, potrà confrontarsi infatti con catene importanti specializzate in pranzi veloci o trezzini come Subway (che ha aperto anche in Italia) e poi 7-Eleven, su supermerca-

ti di prossimità che puntano sul lungo orario, o il modello bakery di Pret a Manger, insegne presenti in tutta Europa.

L'idea è aprire negozi in aree urbane densamente popolate da persone giovani e benestanti disposte a pagare un po' di più per pasti pronti di alta qualità da portare via.

Ma negli Usa si contano circa 155 mila negozi di alimentari, di cui l'80% combinati a stazioni di servizio per il rifornimento di benzina. Se i piani di espansione andranno in porto anche in questo contesto Amazon Go potrebbe alla fine diventare una delle più grandi catene negli Stati Uniti.

Il vantaggio offerto all'interno dei negozi oltre al promesso «Good food on the go», il cibo buono da portarsi via, è appunto l'inesistenza delle file per pagare.

Gli acquirenti di Amazon Go eseguono semplicemente la scansione all'entrata con i loro telefoni caricati con l'app, quindi afferrano gli oggetti che desiderano e se ne vanno. I sensori intelligenti e la tecnologia di speciali occhi artificiali aiuta a tenere traccia di ciò che ogni persona ha raccolto. E i prodotti vengono fatturati automaticamente tramite l'account Amazon Go degli utenti.

A Chicago il cartello fuori dal nuovissimo store indica il «Beta Trial» in corso, ovvero la sperimentazione assistita della formula per i primi tempi di «avvio» del negozio. Ci sono i commessi, come orari prestabiliti: in tutte e quattro le insegne è prevista l'apertura dalle 7 del mattino alle prime ore della sera. Ma anche questo sarà un progetto in evoluzione, secondo fonti dell'azienda.

Negli Usa stanno fiorendo diverse app con le stesse funzioni da vendere ai negozi e pure Microsoft sta implementando la tecnologia che dopo Walmart potrebbe essere concessa in licenza ai rivenditori, come un bancomat.

—© Riproduzione riservata—





**Il nuovo Amazon Go aperto a Chicago**



## Amazon aprirà 3 mila negozi alimentari negli Usa

**A**mazon sta valutando una massiccia espansione dei negozi alimentari AmazonGo senza cassieri con l'obiettivo di aprirne fino a 3 mila negli Stati Uniti entro il 2021. Rispetto ai supermercati tradizionali, invece di pagare alla cassa i clienti scaricano un'app e scansionano il loro smartphone quando entrano nel negozio. I sensori e le telecamere rilevano ciò che comprano i clienti e la fatturazione avviene automaticamente. Il gigante dell'e-commerce guidato da Jeff Bezos ha aperto finora solo quattro negozi senza cassieri (tre a Seattle e uno a Chicago). Il piano è di inaugurare altri sei negozi AmazonGo entro la fine dell'anno per arrivare a 50 punti vendita nelle principali città nel 2019 e a 3 mila entro il 2021. In questo modo Amazon diventerebbe una delle maggiori catene di distribuzione di prodotti alimentari degli Stati Uniti. Non solo; nei suoi punti vendita il gruppo intende diversificare l'offerta offrendo anche prodotti già preparati e confezionati. I negozi Amazon Go sono concentrati nelle aree urbane degli Usa, specialmente in zone caratterizzate da alto reddito pro capite.



## Sottoscritto l'aumento di capitale da 15 milioni

# Satispay, banche e fondi spingono la raccolta a quota 42 milioni

Una delle start up tecnologiche italiane di maggior successo — Satispay —, che attraverso la sua app offre un servizio di pagamento su dispositivi portatili (mobile payment) alternativo alle carte di credito, ha chiuso l'aumento di capitale da 15 milioni di euro varato a luglio. La raccolta complessiva sale dunque a circa 42 milioni di euro con una valutazione «post money» (successiva all'investimento) di 115 milioni di euro. L'aumento di capitale aveva visto l'immediata sottoscrizione di 10 milioni di euro da parte di investitori internazionali quali Copper Street Capital (in qualità di lead investor), Endeavor Catalyst, e Greyhound Capital, di istituti bancari come Banca Valsabbina e Sparkasse di Bolzano, e del Club degli Investitori di Torino.

Gli altri cinque milioni sono stati sottoscritti grazie al supporto di Iccrea Banca, che sostiene il progetto fin dalla sua nascita, e dal nuovo socio Banca di Piacenza. Con questa operazione Satispay «oltre ad aver raggiunto la sottoscrizione del 100% dell'importo, esprime valore anche in termini di network grazie all'ingresso dei nuovi investitori e consolida il rapporto con i precedenti azionisti», ha commentato a caldo Alberto Dalmasso, il 34 enne co-fondatore e ceo di Satispay.

Quanto all'impiego delle nuove risorse, Dalmasso ha messo in rilievo la volontà di «intercettare le necessità del pubblico per creare funzioni a valore aggiunto che ri-

spondano a bisogni reali delle persone». Un esempio di questo tipo sono i risultati raggiunti in poco tempo dalla funzione «risparmi», nata per aiutare la community che utilizza il servizio ad accantonare giornalmente piccole somme. A poco più di un mese dal lancio, la funzione «risparmi» ha registrato 50 mila portafogli attivati e oltre 40 mila clienti. In pratica quasi il 10% della community ha già accantonato complessivamente più di un milione di euro.

Satispay è attiva sul mercato dei pagamenti da gennaio del 2015 ed ha raggiunto oltre 650.000 download dell'applicazione e più di 400.000 utenti attivi (con un tasso di crescita giornaliero di circa 1.000 nuovi iscritti). Gli utenti si scambiano denaro e realizzano acquisti con una media di 8 volte al mese, in circa 50 mila esercizi convenzionati in tutta Italia. Un numero che registra un incremento di circa 120 nuovi aderenti al giorno.

**Marco Sabella**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## 115

**milioni di euro il valore della società dopo l'operazione**

**Fondatore**

**Alberto Dalmasso, cuneese, 34 anni, è co-fondatore e ceo di Satispay**



**FINTECH**

# Satispay, aumento di capitale da 15 milioni

Interamente sottoscritto l'aumento di capitale di Satispay da 15 milioni. L'operazione porta la raccolta complessiva della startup del fintech a circa 42 milioni con una valutazione post money di 115 milioni. L'aumento aveva visto l'immediata sottoscrizione di 10 milioni da parte di investitori di profilo internazionale, quali Copper Street Capital, Endeavor Catalyst, e Greyhound Capital, di istituti bancari come Banca Valsabbina e Sparkasse di Bolzano, nonché del Club degli Investitori di Torino. A sottoscrivere l'aumento anche Iccrea Banca e Banca di Piacenza. «I capitali raccolti ci sosterranno in due direzioni. Nei piani di internazionalizzazione che verranno ma, soprattutto, nell'immediato, li impiegheremo nello sviluppo di nuovi servizi. Abbiamo sempre avuto in mente di costruire valore aggiunto sul pagamento e dopo le Ricariche telefoniche, i bollettini PagoPA e l'ultima funzionalità Risparmi, che sta piacendo moltissimo, siamo pronti ad aggredire con il rilascio di prossimi servizi nuovi mercati presidiati da altri operatori. Di prossimo rilascio abbiamo la funzionalità Bollo Auto e Moto e, a seguire, attiveremo il pagamento per tutte le tipologie di bollettini. La modalità di pagamento via bollettino vale circa 800 milioni di transazioni all'anno», dichiara al Sole 24 Ore Dario Brignone, co-founder e cto di Satispay. «È solo l'inizio. Da cinque anni siamo in un settore che era solo una promessa ma ora si sa rappresenterà il futuro di tutti i pagamenti, che andranno su mobile. Il fatto che vi entrino e lo guardino le più grandi aziende tech al mondo ne è la riprova. Per noi è il core business e questo ci rende diversi e innovativi» aggiunge Alberto Dalmasso, co-founder e ceo.

—Mo.D.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**SALVO PROROGHE, IL SISTEMA PARTIRÀ IL 1° OTTOBRE NEI COMUNI FINO A 10 MILA ABITANTI E NELLE ASL**

## Pagamenti, il progetto Siope+ è a un punto di svolta

Siope+, la piattaforma telematica della Banca d'Italia per i pagamenti e gli incassi, è arrivata a un punto di svolta, completando, il prossimo 1° ottobre, gran parte del progetto.

Siope+ è l'infrastruttura telematica che intermedia il colloquio tra pubbliche amministrazioni e banche tesoriere con l'obiettivo di migliorare la qualità dei dati per il monitoraggio della spesa pubblica e per rilevare i tempi di pagamento delle pubbliche amministrazioni nei confronti delle imprese.

Si tratta di un progetto molto importante, che insieme a PagoP.a., Spid, Fatturazione elettronica, Conservazione a norma, Sanità digitale, Anagrafe nazionale della popolazione residente, contribuisce al processo di modernizzazione del sistema Paese.

Come Kibernetes siamo in prima linea sin dalla fase di sperimentazione e, grazie al nostro supporto, Oppido Mamertina è stato il primo comune calabrese operativo nella piattaforma Siope+.

Nella nostra esperienza, perché Siope+ sia effettivamente efficiente deve essere perfettamente integrato con i gestionali in uso all'ente.

Per questo, il supporto di un'azienda esterna specializzata nella tematica è spesso fondamentale nel dirimere questioni progettuali e tecniche non affrontabili con le professionalità interne all'ente, specie se si tratta di un ente di dimensioni medio piccole.

Ma analizziamo meglio il Progetto Siope+. Siope+ previsto dall'art. 1, comma 533, della legge 11/12/2016 (legge di Bilancio 2017) ha coinvolto: il Mef, che emana le norme di attuazione, mantiene le relazioni con gli enti per gli aspetti normativo-contabili e presiede il comitato di coordinamento; la Banca d'Italia, che supporta e gestisce la

piattaforma, definisce le modalità di colloquio e cura il front-office per il funzionamento dell'infrastruttura e l'Agid, che emana, tiene aggiornato lo standard di colloquio (Opi) e definisce le regole di cooperazione applicativa.

Nella prima fase, 30 enti sperimentatori, tra cui 2 regioni, 5 province, 22 comuni e 1 città metropolitana, hanno effettuato la sperimentazione a luglio e ottobre 2017, dando così il via alla entrata a regime secondo il seguente piano:

- 1° gennaio 2018: regioni, province e città metropolitane (122 enti più 30 sperimentatori);

- 1° aprile 2018: comuni oltre i 60.000 abitanti e 2 strutture sanitarie (106 enti);

- 1° maggio 2018: strutture sanitarie in sperimentazione (15 enti);

- 1° luglio 2018: comuni da 10.001 a 60.000 abitanti (1126 enti).

La prossima tappa, quella del 1° ottobre, è la più corposa e vede coinvolti tutti i comuni fino a 10.000 abitanti, le aziende sanitarie e le aziende ospedaliere, per un totale di 6478 comuni e 469 aziende.

Da gennaio 2019 subentreranno tutti i restanti enti territoriali (tra cui consigli regionali, unioni di comuni, enti strumentali, enti di ricerca, camere di commercio e agenzie sanitarie regionali) e, da gennaio 2020, tutte le altre p.a.

Ma come avviene la trasmissione degli ordinati con il sistema Siope+? Tre sono le modalità a disposizione degli enti:

- tramite la ragioneria dello stato: prevede l'uso del sistema gratuito sicoge; chi ne fa uso deve predisporre, tramite il proprio software, il file opi, firmarlo digitalmente e acquisirlo tramite le apposite funzioni fornite da sicoge che lo trasmetterà a siope+; gli esiti saranno consultabili dall'interfaccia dell'ap-

plicativo sicoge;

- tramite intermediario: chi opta per questa soluzione deve produrre l'opi con il proprio software, firmare digitalmente, acquisire il flusso tramite le apposite funzioni sul sito dell'intermediario e trasmetterlo a siope+; gli esiti saranno consultabili dall'interfaccia messa a disposizione dell'intermediario;

- diretta: prevede che il software applicativo di contabilità finanziaria produca l'opi e dialoghi direttamente con siope+ per mezzo dei servizi web. Tale modalità è la più efficace, poiché consente un'analisi puntuale delle anomalie riscontrate tramite un controllo totale dei flussi, compresi quelli di ritorno trasmessi sia dalla piattaforma siope+ che dalla banca tesoriere.

I numeri di Siope+ ad oggi: 1.365 enti attivi, tra cui regioni, province, città metropolitane, comuni oltre i 10.000 abitanti, strutture sanitarie; 2.889.015 ordinativi inviati (opi), 7.172.048 operazioni effettuate e 168.130 giornali di cassa trasmessi; di questi 1.365, 94 enti utilizzano la trasmissione tramite la Rgs, 921 tramite l'intermediario e 451 la trasmissione diretta.

A regime si prevedono 22.000 enti attivi, 500 tesorerie, 1,2 milioni di ordinativi, 1,1 milioni di upload e 2,2 milioni di download medi giornalieri con picchi di oltre 100 upload e 200 download al secondo.

**Renato Marzano**



## ***Nasce RoBET, la piattaforma per scommesse con criptovalute***

Le criptovalute incontrano le scommesse sportive e nasce RoBET, il frutto dell'esperienza maturata da Bookiedom LTD, l'azienda del gruppo Mashfrog specializzata nel settore del fintech e dell'intelligenza artificiale.

RoBET (<https://robet.app/>) è la prima piattaforma di exchange che offre, su scala globale, la possibilità di scommettere su eventi sportivi, usando le criptovalute. Consente agli utenti di vivere un'esperienza di gioco originale e di migliorare continuamente le proprie competenze e strategie di betting, con il fine ultimo di creare un ecosistema di scommesse sportive basato sulle criptovalute. I giocatori più esperti potranno inoltre aprire un proprio xxxaccettare scommesse effettuate dagli altri utenti della piattaforma.

RoBET è anche un portafoglio digitale multi-crittografico in grado di garantire la gestione dell'intero processo di cripto-scommesse. Gli utenti possono scegliere una specifica criptovaluta da utilizzare per le proprie scommesse e, in caso di vincita, richiedere il premio in un'altra valuta, effettuando in tal modo una doppia scommessa, sia sull'esito dell'evento sportivo che sul trend delle criptovalute.



Lavoro

## Jack Ma (Alibaba): non creo nuovi posti per colpa dei dazi

1 MLN

I posti di lavoro  
che Ma promise  
di creare in Usa  
nell'era Trump

ROMA

Jack Ma, l'uomo più ricco della Cina, beffa Donald Trump. Gli aveva promesso di creare un milione di posti di lavoro in America, ma ora fa marcia indietro: «Non ci sono più le condizioni». E la colpa è della guerra dei dazi scatenata dalla Casa Bianca, che ha ucciso l'ambizioso progetto di espansione in America di Alibaba, il colosso cinese dell'e-commerce che compete con Amazon e con e-Bay. «La premessa di quella promessa – spiega Ma in una intervista all'agenzia di stampa cinese *Xinhua* – era quella di relazioni commerciali amichevoli tra Stati Uniti e Cina. Ma questa premessa non esiste più. Il commercio non è un'arma e non dovrebbe essere usato per cominciare le guerre, ma dovrebbe essere un fattore chiave per la pace»,





## Guerra dei dazi Alibaba ritira 1 milione di posti di lavoro in Usa

PAOLO MASTROLILLI

**J**ack Ma scatena la sua offensiva anti-Trump nella guerra commerciale tra Stati Uniti e Cina. E lo fa con un atto di valenza simbolica, oltre che economica. Il patron di Alibaba ha deciso di ritirare il piano per creare un milione di posti di lavoro in Usa. Il magnate fa così asse con Pechino e risponde alla strategia attuata dal presidente americano per stroncare le pratiche «anticorrenziali» del Dragone e ridurre il pronunciato avanzo commerciale. Il piano era stato annunciato da Ma a gennaio 2017 durante un incontro con Trump, che sembrava smentire i moniti più pessimistici. I quali si sono poi rivelati più che fondati, a tal punto che il patron di Alibaba ha compiuto un passo indietro affermando che il suo impegno non è più rispettabile.

### L'aveva promesso nel 2017

«La premessa era di assicurare relazioni commerciali amichevoli tra i due Paesi, ma questa premessa non esiste più e la nostra promessa non può essere mantenuta». Il creatore del gigante dell'e-commerce ha inoltre spiegato che «il commercio non è un'arma e non dovrebbe essere usato per scatenare le guerre, dovrebbe piuttosto essere un fattore di pace». Il passo indietro di Ma precede di poche ore il monito lanciato dal Fondo

monetario internazionale a Cina e Usa. La guerra dei dazi in corso potrebbe comportare «costi significativi per l'economia globale», avvertono i funzionari dell'organizzazione guidata da Christine Lagarde. La discesa in campo di Jack Ma ha pesato sull'andamento delle Borse asiatiche e rischiato di travolgere anche quelle europee. Solo l'inarrestabile toro di Wall Street è riuscito a riportare fiducia nel Vecchio continente consentendo la virata in positivo dei principali listini. La rinuncia a creare lavoro traina lo stesso titolo di Alibaba che sul Nyse incassa un rialzo del 2%. Prima di Ma era stato Xi Jinping a sfogare la sua ira contro l'ultima stretta di Trump, che ha colpito il «made in China» per altri 200 miliardi di dollari. Il presidente cinese si è appellato al Wto e ha fatto scattare puntuale la rappresaglia: contro-dazi per 60 miliardi di dollari di prodotti Usa, oltre 5.200 tra componenti industriali, prodotti chimici e strumentazioni mediche, che saranno tassati dal 5 al 10%. La Cina insomma fa quadrato, tra pubblico e privato, anche se Jack Ma assicura che non smetterà di lavorare «per contribuire a uno sviluppo di sane relazioni commerciali» tra i due Paesi. Chissà se il suo auspicio non si scontrerà sul muro sempre più alto di dazi eretto da Trump, il quale assicura: «Abbiamo appena cominciato». —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



LO SCHIAFFO DI JACK MA A TRUMP

# Alibaba cancella 1 milione di posti in Usa

*Ma la Cina studia già la svolta, con dazi meno alti per isolare The Donald*

**Marcello Astorri**

■ La guerra commerciale fra Stati Uniti e Cina si arricchisce di un nuovo capitolo: Jack Ma, fondatore e presidente del colosso dell'e-commerce cinese Alibaba, ha annunciato di non voler più creare un milione di posti di lavoro negli States come aveva promesso l'anno scorso a Trump. Il motivo sono i dazi, anche se Ma ha detto di non aver ricevuto pressioni dal governo cinese. E proprio la Cina pensa a come allentare le tensioni della guerra commerciale. Secondo un'indiscrezione riportata da Bloomberg, il Dragone vorrebbe abbassare le tariffe sulle importazioni dai suoi maggiori partner commerciali entro il mese di ottobre. Non è ancora noto se il taglio inciderebbe anche sulle merci statunitensi. Né su quali prodotti. Anche se, secondo le regole dell'Organizzazione Mondiale del Commercio, la riduzione delle tariffe dovrebbe essere offerta a tutte le nazioni che ne fanno parte. Una decisione singolare. Il 24 settembre, infatti, entreranno in vigore le stangate di Trump su 200 miliardi di dollari di prodotti cinesi. Misura alla quale il presidente Xi Jinping ha risposto con 60 miliardi sulle merci statunitensi. Che senso avrebbe fare una mossa di segno opposto? Sembra un cambio di strategia. Dalla guerra dei dazi la Cina ha più da perdere. Gli Usa importano di più di quanto esportano in Cina, che nel 2017 ha avuto un sur-

plus di 275 miliardi con gli States. La Casa Bianca, quindi, ha più merci da tassare. La Cina vuole aprirsi di più a prescindere da Trump. E pur applicando dazi su alcune merci americane per vendicarsi, il suo obiettivo è aumentare le importazioni per stimolare i consumi di un'economia che rallenta. Già lo scorso primo luglio, sono entrati in vigore tagli alle tariffe che il Consiglio di Stato cinese ha voluto su beni d'importazione come cosmetici, vestiti ed elettrodomestici. La mossa del governo cinese punta a trovare sponda magari proprio in quell'Europa ancora sotto schiaffo dei dazi Usa. E la Cina a quel punto potrebbe sedersi al tavolo con gli Stati Uniti e trattare per un accordo conveniente.



**MANOVRE**  
Il presidente della Cina, Xi Jinping



# Alibaba, schiaffo a Trump: «Cancelleremo un milione di posti di lavoro negli Usa»

►Pesante reazione da parte del colosso cinese dell'e-commerce ai dazi. Il fondatore Jack Ma: «Demolite le basi dell'accordo»

**IL GURU DELLE  
VENDITE ONLINE:  
«SU QUESTE BASI  
NON POSSO PIÙ  
MANTENERE  
LA MIA PROMESSA»**

## L'INIZIATIVA

**NEW YORK** Uno schiaffo sonoro in risposta alla guerra dei dazi di Donald Trump è arrivato alla casa Bianca da parte di Jack Ma, il fondatore del gigante della distribuzione online Alibaba. L'imprenditore cinese era stato tra i primi del suo Paese a rispondere con entusiasmo all'invito che Trump aveva lanciato nei primi mesi della sua presidenza ad investire negli Usa. Nel corso di una visita alla Trump Tower nel gennaio del 2017,

Ma aveva promesso che avrebbe aperto le porte dei due siti che svolgono il commercio elettronico in Cina: TMall e Taobao alle piccole imprese produttrici statunitensi. Aziende familiari o di pochi impiegati che già sono attivi nelle vendite sul web, ma che non potrebbero mai ambire a raggiungere da soli i consumatori cinesi, senza il supporto di una grande piattaforma internazionale di e-commerce. Nei calcoli di Jack Ma, il volume di affari addizionale che questo approdo asiatico avrebbe aperto, si sarebbe tradotto nella creazione di un milione di nuovi posti di lavoro negli Usa. L'imprenditore quale base aveva calcolato il dato del maggiore impiego; si

era limitato a dire che anche le imprese di minori dimensioni avrebbero avuto bisogno di assumere personale da dedicare esclusivamente alle vendite sui siti del suo gruppo, che raggiungono 550 milioni di consumatori nel mondo asiatico.

## IL CAMBIO

L'offerta era stata pubblicizzata con grande enfasi dallo stesso Trump, come prova della nuova atmosfera di apertura commerciale che la sua presidenza avrebbe restaurato negli Usa. A meno di due anni da quella data il clima è ben diverso, e Jack Ma è stato tra i primi ad osservarlo. Dopo l'annuncio dei nuovi dazi su 200 miliardi di dollari in importazioni cinesi questa settimana, l'ex ceo dell'azienda che è anche quotata alla borsa di Wall Street ha detto: «Questa offerta era stata presentata sulla base di una cooperazione amichevole tra gli Usa e la Cina, e con l'aspettativa di un regime di rapporti bilaterali equi e ragionevoli. Allo stato attuale queste basi sono già state demolite, e la mia promessa non può più essere mantenuta».

Ma pensa che le ferite che Trump ha già inflitto ai rapporti tra i due paesi sono tanto profonde che saranno destinati a durare negli anni, anche dopo la sua partenza dalla Casa Bianca, e che per questo la mano che aveva teso ai piccoli produttori statunitensi deve essere ora ritirata. «Gli Usa sotto l'amministrazione Trump sono diventati una piazza d'affari troppo imprevedibile - ha confermato da los An-

geles Joe Tsai, cofondatore di Alibaba e responsabile dei contatti con il mercato statunitense - Sarà meglio per l'azienda cinese concentrare le sue ambizioni di crescita con nuove offerte di accesso alla rete di vendita rivolte ai produttori del sud est asiatico, altrettanto dinamici e sicuramente più moderati nei costi».

Il titolo di Alibaba si è affermato con successo a Wall Street, e a tre anni dal debutto era raddoppiato di valore all'inizio dell'estate, quando Trump ha iniziato ad alzare la voce con la minaccia dell'imposizione dei dazi. Da allora le azioni del gruppo hanno perso il 20% di valore, mentre il resto del mercato ha continuato a galoppare verso nuovi traguardi. Ieri, mentre si diffondeva la notizia del ritiro dell'offerta di Alibaba, gli indici Standard & Poor's 500 e il Dow Jones sono tornati a sovrastare i livelli che avevano raggiunto a fine gennaio, prima della correzione che ha brevemente colpito il mercato lo scorso inverno. Almeno in questo primo momento è Trump a vincere la guerra a distanza con la Cina, forte di un'economia lanciata a tutta velocità.

**Flavio Pompetti**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Aser investe negli eSports ed entra nel capitale del digital network Hellodì

Grandi media company, mondo dello sport, operatori nei diritti tv. Negli ultimi mesi è un bell'intrecciarsi di interessi e di business per il fenomeno degli eSports, giochi elettronici di azione, strategia e pure sport che riuniscono imponenti community di appassionati e che stanno diventando uno sport a tutti gli effetti con addirittura i primi passi formali per introdurli come disciplina olimpica.

Sky, ad esempio, dall'11 novembre 2017 ha lanciato Ginx Esports tv al canale 219 e quindi all'interno del proprio bouquet di canali sportivi. Un contenitore per tutti gli amanti dei videogiochi che propone competizioni, scontri in diretta tra giocatori, news e programmi su tutte le novità dei giochi, dei videoblogger e degli streamer più famosi della community degli eSports.

Addirittura la Uefa, organismo che sovrintende al calcio in Europa, sta pensando a una European Championship, ovvero a una sorta di Champions League in versione sport elettronico da far debuttare nel 2020. Come recentemente spiegato da Guy-Laurent Epstein, direttore marketing dell'Uefa, «guardiamo al mercato con grande interesse, anche se credo che i giochi più popolari siano quelli di azione e strategia, un settore che non ci riguarda. I giochi di simulazione di calcio e sport occupano ancora uno spazio ridotto nel panorama degli eSports, è un dato di fatto. Ma questa debolezza potrebbe trasformarsi in un'opportunità».

L'idea sarebbe quella di creare un torneo con classifiche online e, successivamente, un evento fisico che rappresenti una sorta di campionato europeo. Ora, però, è necessario il passo di qualche azienda interessata a presentare candidature per creare, sviluppare e gestire un torneo ufficiale con queste caratteristiche.

E al mondo degli eSports sta guardando con molta attenzione pure Aser, holding internazionale attiva nello sport e nei media, promossa da Andrea Radrizzani, e che controlla il club di calcio inglese Leeds United e la piattaforma distributiva Eleven sports (trasmette eventi sportivi tramite piattaforme Ott e in streaming, con oltre 17 milio-

ni di clienti nel mondo sparsi in Italia, dove veicola in esclusiva tutte le partite della serie C di calcio e del volley maschile, e poi Belgio, Lussemburgo, Polonia, Singapore, Taiwan, Stati Uniti, Uk, Irlanda e Portogallo). Sui vari mercati Eleven sports già distribuisce canali dedicati agli eSports, dando spazio, ad esempio, ai tornei del G-Finity, next generation eSports, che prevede la diretta delle sfide di Street fighter, CS:GO e Rocket League, e la Drone Champions League, la massima competizione europea legata alle sfide tra droni.

Ora Aser, guidata dal managing director Marco Pistoni, ha deciso di investire ulteriormente nel digitale, entrando nel capitale del digital network Hellodì, società nata a Milano nel 2016 su iniziativa di Alex Ballato e Francesco Ferrari per creare e realizzare strategie di engagement in grado di coinvolgere community online attraverso il web e i social network.

Nel network di Hellodì ci sono, ad esempio, HelloSport, che gestisce community come Calciatori Brutti, Gli Autogol, Gianluca Di Marzio, Chiamarsi bomber; poi HelloService, divisione dedicata a produrre contenuti e a gestire attività social di brand e aziende; HelloFace, che gestisce influencer italiani in settori non sportivi; Louder, media verticale dedicato alla musica che vive esclusivamente sui canali social.

Sempre Aser ha investito pure nel network digitale Whistle Sports, società americana che cura influencer mondiali come i DudePerfect o gli F2Freestylers, da sviluppare a livello globale, al contrario di Hellodì, più concentrata sul mercato italiano.

© Riproduzione riservata



**VicenzaOro**

# Vetrine virtuali e social network La gioielleria alla svolta digitale

**Filiere.** Nel primo semestre 2018 in crescita produzione e fatturato, rallenta l'export Aprea (Club degli orafi): «Puntare sulle eccellenze e sui nuovi marchi del made in Italy»

Da domani la manifestazione che da oltre 60 anni è punto di riferimento del settore a livello internazionale Riflettori sulla comunicazione ai tempi di Instagram, tra minacce di protezionismo e prezzi dell'oro in calo

**Barbara Ganz**

**N**ella sfida della gioielleria 4.0 ci sono molti fronti: scoprire le opportunità del digitale, uno strumento che può rivelarsi perfino troppo potente nelle mani di chi non lo usa correttamente; capire come internet ha cambiato le abitudini di acquisto; cogliere le opportunità delle vetrine virtuali che, anche con un budget modesto, possono raggiungere potenziali clienti in Italia e all'estero e, al tempo stesso, evitare ogni fattore di rischio per l'immagine e la reputazione del proprio brand. Da domenica 23 settembre questi saranno i temi dei *Digital talks*, uno degli eventi di maggiore richiamo di questa edizione di VicenzaOro September: fra case history e relazioni degli esperti di Google e Amazon, passando per le storie delle aziende pioniere digitali fino alla comunicazione del gioiello al tempo di Instagram, l'obiettivo è fornire informazioni utili e chiavi di lettura dando sostegno alla crescita del settore orafa-gioielliero.

Un settore che gli ultimi dati elaborati da Club degli orafi e direzione Studi e ricerche di Intesa Sanpaolo mostrano in salute sul fronte di produzione e fatturato, in crescita peroreficeria e bigiotteria rispettivamente del +9,3% e +5,9% nel primo semestre 2018 dopo l'ottima performance del 2017. A fare da contraltare c'è il vistoso rallentamento delle esportazioni: dal +12% medio del 2017 la crescita dell'export è passata al +3,7% del primo trimestre 2018, con

un calo dell'8,1% del secondo trimestre. Nei primi sei mesi dell'anno, le vendite estere sono calate in valore del 2,7% per l'aggregato che include la bigiotteria e del 2,9% per i gioielli in metalli preziosi. Con l'eccezione della Svizzera (+8,8%), le esportazioni di gioielleria e bigiotteria italiane sono calate verso tutti gli altri principali sbocchi: Emirati Arabi Uniti (-14,8%), Hong Kong (-8,8%), Stati Uniti (-6,2%) e Francia (-19,4%), Paese protagonista del boom del 2017, anche in seguito all'apertura dello stabilimento Bulgari a Valenza Po. L'export del distretto alessandrino, nel secondo trimestre - segnala il report - «mostra un fisiologico assestamento degli elevati livelli raggiunti ed è entrato in territorio negativo (-4,1% per l'intero semestre). In calo anche Vicenza (-3,3%), mentre Arezzo registra una sostanziale stabilità dei valori venduti (+0,2%)». Secondo Stefania Trenti, della direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo «il quadro evidenzia una chiara tendenza al rallentamento, in parte fisiologica dopo l'exploit del 2017. Il calo dei valori esportati riflette anche un effetto prezzo con le quotazioni dei preziosi in ripiegamento: l'export in quantità è cresciuto in modo significativo (+21% per i gioielli in preziosi nei primi sei mesi). Al netto delle minacce create dall'ondata protezionistica, le prospettive per la domanda mondiale di gioielli rimangono positive e potrebbero beneficiare del calo del prezzo dell'oro».

Di un fisiologico rallentamento parla Gabriele Aprea, presidente del Club degli Orafici Italia, che osserva come «esca confermata l'importanza

della produzione d'eccellenza made in Italy, riconosciuta in tutto il mondo come fiore all'occhiello del genio creativo e manifatturiero del Bel Paese. Data la tendenza, ormai consolidata, di crescita delle vendite della gioielleria firmata a discapito di quella *unbranded*, la nostra raccomandazione è di continuare a valorizzare la qualità della produzione italiana, in modo da poter essere sempre più fornitori privilegiati delle principali marche mondiali. Al tempo stesso, visto che i maggiori utili sono generati nella fase distributiva della filiera e non nella produzione, è auspicabile la nascita di nuovi brand di proprietà e gestione tutta italiana. Creare una marca resta fondamentale per la salvaguardia del made in Italy ed è per questo che il Club degli Orafici, con progetti formativi, di networking e studio, cerca di orientare le imprese fungendo da volano e stimolo per la competitività».

VicenzaOro September si inaugura domani, 22 settembre, e prosegue fino al 26; da oltre 60 anni è la manifestazione di riferimento per il settore e per l'intera filiera in Italia e a livello internazionale. E quest'anno l'evento esce dai confini dell'area fieristica per contagiare l'intera città: oltre 150 negozi del centro storico sabato 22 settembre aderiranno a "Vioff - Golden taste edition", la prima edizione del Fuori Fiera ideato dal Comune di Vicenza per promuovere la città e le sue eccellenze e coinvolgere esercizi commerciali e artigianali (aperti fino alle 24).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**L'export dei distretti**

Le vendite all'estero di oreficeria dei principali poli produttivi  
Milioni di euro e variazione percentuale

	2017	VARIAZIONE % 2017			VARIAZIONE % 1° SEM. 2018		
		-70	0	70	-70	0	70
<b>Alessandria</b>	2.073	+33,8			-4,1		
<b>Arezzo</b>	1.913	+5,5			+0,2		
<b>Vicenza</b>	1.386	+3,2			-3,3		
<b>Milano</b>	847	+4,4			-0,3		
<b>Treviso</b>	194	+26,2			-5,7		
<b>Firenze</b>	125	-4,2			+4,6		
<b>Torino</b>	63	+61,5			-37,4		
<b>Padova</b>	62	+6,9			+6,5		
<b>Roma</b>	60	-4,5			-8,0		
<b>Venezia</b>	30	+47,0			-25,6		
<b>TOTALE</b>	<b>7.007</b>	<b>+12,0</b>			<b>-2,7</b>		

**+3,7**

**EXPORT**

La crescita percentuale dell'export 2018, in frenata rispetto all'exploit registrato nel 2017, quando il valore medio era stato di +12% per le vendite all'estero

Fonte: Istat - Ateco 321. I dati 2017 e 2018 sono provvisori.



**Fuori Fiera.** Per promuovere la città e le sue eccellenze, gli esercizi commerciali e artigianali resteranno aperti fino alle 24 durante VicenzaOro

## PANORAMA

## INTELLIGENZA ARTIFICIALE

# MailUp vira verso i digital marketing hubs

MailUp sigla un accordo per l'acquisizione dell'olandese Datatrics, proprietaria di una piattaforma di marketing predittivo in grado di rendere la data-science accessibile ai marketer. Con l'ausilio di questa soluzione i team sono in grado di "costruire" esperienze grazie ai dati gestiti dall'intelligenza artificiale. Una via che migliora la customer experience e porta ad un aumento della conversione e fedeltà dei clienti. Il punto di partenza sono molteplici basi di dati da cui il marketing team ottiene dettagliati profili dei consumatori poi impiegati con vari strumenti e canali di comunicazione. «Il vantaggio competitivo di Datatrics è nella value proposition unica per i marketer, che necessitano sempre più di una visione unificata dei dati dei consumatori - spiega Matteo Monfredini, presidente e fondatore di MailUp Group -. L'integrazione di MailUp e Datatrics ci posiziona nel segmento dei digital marketing hubs e customer data platform». Con questa operazione MailUp punta a diventare un operatore integrato anche nell'area dell'intelligenza artificiale aumentando il ricavo medio per cliente e migliorando il portafoglio delle soluzioni offerte.

—E.N.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La vision

MailUp si vuole posizionare come un operatore integrato nell'area della la



## PANORAMA

## INTERNAZIONALIZZAZIONE

## We are social sbarca a Madrid

Alla fine la scelta è caduta su Madrid. È questa la dodicesima piazza che ospita una sede di We are social, agenzia che offre servizi a 360 gradi. Una presenza forte in un mercato giovane, dinamico e promettente, con un fortissimo potenziale nel marketing e nella comunicazione da un punto di vista creativo, sociale e digital. Mercoledì l'inaugurazione dei locali dove il team locale è già al lavoro su diversi progetti glocal.

Alberto Pachano, managing director, sarà responsabile dell'ufficio locale mentre Gabriele Cucinella, Stefano Maggi e Ottavio Nava co-founder e Ceo di We Are Social Milano, assumono il ruolo di Ceo Italia e Spagna. Insieme spiegano: «Il progetto di Alberto per lo sviluppo di questa sede si basa su una conoscenza profonda del mercato e una visione consapevole del ruolo che We are social può avere in Spagna. È un punto di vista privilegiato per comprendere cultura, individuare i trend e le dinamiche evolutive del nostro settore». Il portafoglio clienti dell'agenzia, presente con un network di oltre 700 persone nelle più importanti piazze del pianeta, vede brand come Bic, Lavazza, Campari, Barilla, Adidas, Vodafone, Netflix e Samsung.

—E.N.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# 12

### IL NETWORK MONDIALE

We are social è presente in una dozzina di aree metropolitane tra cui Milano, Madrid, New York, Pechino, Dubai e Sydney



**Dati**

## Google e Facebook ancora accusate sul fronte privacy

**1,4** MLD

L'insieme degli  
utenti che usano  
i servizi Google,  
tra cui Gmail  
ROMA

Lo scorso anno Google ha smesso di “leggere” le e-mail dei suoi 1,4 miliardi di utenti a scopi pubblicitari. Ma il gruppo permette ad altri di analizzare i messaggi di Gmail. Lo si deduce da una lettera che Google ha scritto al Parlamento Usa, preoccupato di possibili violazioni della privacy. Google permette agli sviluppatori di app di analizzare gli account Gmail. Gli sviluppatori sono liberi di condividere i dati con altri soggetti, ad esempio su quali prodotti un utente ha comprato, su dove viaggia e sulle persone con cui interagisce. Intanto la commissaria Ue alla Giustizia, Jourova, detta un ultimatum a Facebook, che deve realizzare una “operazione trasparenza” entro l’anno sulla privacy, pena multe forti. Facebook dice: «Vogliamo cooperare».



# Asta 5G, nei rilanci superati i 4 miliardi

## FREQUENZE TLC

**Di Tim l'investimento più alto (1,56 miliardi), seguita da Wind Tre (1,03 miliardi)**

**Andrea Biondi**

La gara è apertissima fra gli operatori, ma per ora può già fregiarsi di un record: gli introiti assicurati allo Stato sono superiori all'incasso dell'ultima asta del 2011 per le frequenze nella telefonia mobile. Allora si arrivò a 3,95 miliardi. Ieri, a conclusione della sesta giornata di rilanci, il ministero dello Sviluppo economico ha comunicato la somma di 4,15 miliardi di euro già garantita. A questo totale si arriva considerando i 2,04 miliardi già assegnati per la banda 700 MHz (676,5 milioni di euro di Iliad; 680,2 milioni di Telecom; 683,2 milioni di Vodafone Italia) e i 2,1 miliardi di euro per le altre due bande: la 3700-3800 MHz e la "millimetrica" 26.5-27.5 GHz. Per queste ultime due bande però i giochi sono ancora aperti. E gli introiti inevitabilmente andranno verso l'alto.

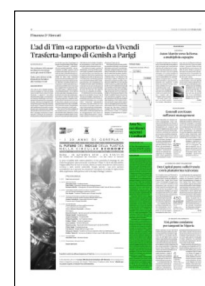
Di quanto sarà da vedere. Oggi si riparte e i rilanci sono già stati tanti, con incremento rispetto alle offerte iniziali del 67,2% (1,7 miliardi circa). La battaglia ora è all'ultimo respiro sulla banda 3.7-3.8 GHz, dove in palio

ci sono due blocchi di frequenze da 80 MHz più due da 20. Il limite "aggregabile" è di 100 MHz. Con 4 operatori che stanno gareggiando (Tim, Vodafone, Wind Tre e Iliad), va da sé che le telco si daranno battaglia per non finire a bocca asciutta.

Inevitabile per le compagnie dover mettere mano al portafogli per frequenze che faranno da base a una tecnologia che ha tutte le carte in regola per stimolare investimenti e business. E infatti, in questa banda le offerte vincenti ora sfiorano i 2 miliardi. A quanto è possibile ricostruire, Wind Tre ieri era in testa per un blocco da 80 MHz (con 832 milioni di offerta) e in un blocco da 20 MHz (con 161 milioni). Telecom è invece in testa nell'altro blocco da 80 MHz (offerta da 849 milioni), mentre Iliad con 102 milioni di euro primeggia nell'altro blocco da 20 MHz. Nella banda millimetrica, dove però la gara in sostanza non è ancora iniziata, ci sono blocchi al momento attribuiti a Telecom, Iliad, Fastweb, Wind Tre e Vodafone, per valori compresi fra i 32 e i 33 milioni.

Tirando le somme, l'esborso maggiore al momento (occorrerà vedere se l'offerta non sarà superata da altri) è a carico di Tim: 1,56 miliardi. Seguono Wind Tre (1,03 miliardi); Iliad (811,4 milioni); Vodafone Italia (715,8 milioni); Fastweb (32,6 milioni).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Fibra, partono gli incontri del Mise con gli operatori

di Manuel Follis

**C**he il tema della fibra sia uno di quelli sul tavolo del ministero dello Sviluppo Economico è chiaro. Capire invece quali saranno i progetti e le intenzioni del ministro Luigi Di Maio (e più in generale dell'esecutivo) è più complesso. Il tema è delicato, visto che il governo è impegnato indirettamente in due dei principali operatori sulla banda ultralarga, Open Fiber da una parte (controllata al 50% da Enel e Cassa Depositi e Prestiti) e Telecom Italia dall'altra, di cui sempre la Cdp possiede quasi il 5%. L'idea di fondo è che avere più reti in fibra concorrenti tra loro sia un controsenso, ma va trovata una soluzione al fatto che più operatori si stanno facendo la guerra sull'infrastruttura. Il tema sarà probabilmente al centro di una serie di incontri che, secondo quanto risulta a *MF-Milano Finanza*, dovrebbero iniziare la prossima settimana. È evidente che saranno sentiti i vertici di Telecom e di Open Fiber, che peraltro di recente hanno già incontrato il premier Conte, ma non è escluso che anche altri operatori possano essere interpellati, da Vodafone e Wind Tre (ossia i principali clienti di OF) fino a Fastweb. Quest'ultimo è il primo operatore ad aver puntato in Italia sulla fibra ottica e oggi opera anche assieme a Tim nella joint venture Flash Fiber, che si occupa di collegare i cabinet con le abitazioni (Ftth). Stabilito che l'obiettivo del governo è unificare le infrastrutture, ora si tratta di capire come procedere. Una delle ipotesi sul tavolo, già circolata nei mesi scorsi ma che resta d'attualità, sarebbe proprio una fusione tra Open Fiber e Flash Fiber. L'operazione escluderebbe la rete in rame di Telecom, ma anche parte dell'infrastruttura alla base della fibra, visto che Flash Fiber possiede e gestisce solo l'allaccio dal cabinet alla casa. Le tappe che porteranno a decisioni importanti prevederanno una serie di incontri del ministero con gli operatori e in quest'ottica vanno lette le riunioni previste e anche l'idea di far sedere a un tavolo tutti gli operatori interessati alla partita, anche se la soluzione del rebus rete non sembra ancora così vicina. (riproduzione riservata)



# L'ad di Tim «a rapporto» da Vivendi Trasferta-lampo di Genish a Parigi

## GOVERNANCE

**Due settimane fa il manager israeliano ha incontrato anche gli uomini di Elliott**

**Tanta carne al fuoco al cda di lunedì: da Persidera alla brasiliana Nextel**

**Antonella Olivieri**

Che ci faceva ieri a Parigi l'amministratore delegato di Telecom Italia, Amos Genish? Era in visita a Vivendi, chiamato "a rapporto" dal primo azionista del gruppo, cosa in passato avvenuta in coincidenza con avvicendamenti alla guida della compagnia. Questa volta però la situazione è più complicata perché la media company che fa capo a Vincent Bolloré non ha più formalmente il comando, essendo stata messa in minoranza in consiglio dall'iniziativa attivista del fondo Elliott. Il manager israeliano ha minimizzato: è normale che incontri periodicamente i principali azionisti come ha fatto un paio di settimane fa proprio con gli uomini di Paul Singer.

Ma non è "normale" - e di fatto foriera di continua instabilità - una governance da public company con un azionista alla soglia dell'Opa che, forzando la mano, potrebbe sempre cercare di tornare in sella. E l'occasione si offrirà tra l'altro entro l'autunno quando si terrà l'assemblea per la nomina della società di revisione (nomina "sabotata" ad aprile proprio da Vivendi che aveva bocciato tutte le proposte) che potrebbe essere convocata dal consiglio Telecom di lunedì. Tant'è che si è saputo - a distanza di qualche settimana dal fatto - che Genish ha inviato una missiva in inglese al presidente Fulvio Conti e al lead independent director Dante Roscini (che poi l'ha girata agli altri consiglieri indipendenti) per lamentare in sostanza il clima teso e chiedere se la sua presenza in azienda fosse ancora gradita.

Chi l'ha letta ha avuto l'impressione che fosse stata scritta da un legale.

Fatto sta che l'incontro parigino di ieri sarebbe durato poco perché Genish sarebbe stato chiamato a Londra da emergenze familiari, tant'è che oggi non si sa se parteciperà fisicamente alla riunione del comitato strategico in preparazione di un board che si prospetta particolarmente denso.

Gioco forza si tornerà a parlare di dimissioni, visto che il fondo di private equity I Squared è tornato alla carica per Persidera, la società dei mux (i canali televisivi per la trasmissione in digitale terrestre) che fa capo per il 70% a Telecom e che Vivendi, quando aveva il controllo di fatto della compagnia telefonica, si era impegnata con l'Antitrust Ue a far cedere. Il problema resta il prezzo di carico della quota di minoranza, quel 30% nel portafoglio di Gedi, che è più alto e che qualche mese fa aveva impedito la vendita.

Probabilmente ci sarà un passaggio anche su Sparkle che per l'ad di Tim non è strategica, mentre per l'ex presidente, nonché ceo di Vivendi, Arnaud de Puyfontaine, non va ceduta (salvo "correzione" interpretativa successiva, che sarà ceduta cioè solo in accordo col Governo, come ovvio visto che la società dei cavi internazionali è soggetta al golden power). Possibile anche che si inizi a ragionare su un alleggerimento della quota in Inwit - dall'Ipo ferma al 60% - che potrebbe aiutare a sostenere gli elevati esborsi per l'asta del 5 G.

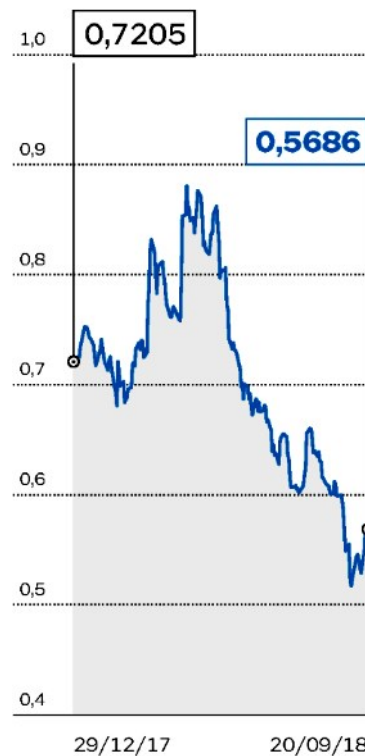
Ma si parlerà anche di una possibile espansione in Brasile, con un'ampia informativa su Nextel, la società americana in vendita da anni che si è affidata a Rothschild per chiudere la partita. Si tratta di un operatore, in precedenza presente in diversi Paesi dell'America latina, che utilizzava una tecnologia criptata sviluppata per mantenere la segretezza delle comunicazioni militari Usa e che in Brasile conserva ancora 3,2 milioni di clienti. Quello che però è più interessante agli occhi di Telecom è lo spettro utilizzabile a San Paolo e Rio che colmerebbe

il gap strutturale tra Vivo (l'operatore mobile di Telefonica in Brasile) e Tim Brasil. Il cambio è favorevole, ma non è un'operazione semplice visto che per chiuderla servirebbe una modifica regolamentare e che il dossier è sul tavolo anche dei concorrenti su piazza, oltre che gli spagnoli anche i messicani di America Movil. Nextel si aspetta riscontri per fine mese. Valuterà il consiglio Telecom, che finora non ha mai bloccato Genish, se conferire mandato al management di approfondire il tema.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Telecom Italia

### Andamento del titolo a Milano



**PARTERRE**

## Gli uomini delle Tlc di Piazzetta Cuccia

*Tutte le strade portano a Telecom. Per una strana coincidenza, Piazzetta Cuccia è diventata quasi uno "snodo telefonico". Non solo Mediobanca ha come suo secondo azionista Vincent Bolloré, primo azionista del primo azionista di Telecom Italia Vivendi. Ma da ieri ha anche due nuovi consiglieri che sono vecchie conoscenze del settore. Uno è Maximo Ibarra, per due volte in lizza per la carica di amministratore delegato di Telecom, carica poi assegnata prima a Flavio Cattaneo e poi all'attuale ad Amos Genish. Ibarra dalla scorsa primavera è tra l'altro alla guida di Kpn, l'ex monopolista delle tlc olandesi. L'altro è Vittorio Pignatti che negli ultimi anni si è dedicato al private equity, ma in un passato neanche troppo remoto è stato l'efficace banker-matematico che per Lehman Brothers ha curato la scalata a Telecom della Olivetti di Roberto Colaninno, trovandosi a lavorare in squadra con l'altro advisor che era appunto Mediobanca. Due nuovi innesti "telefonici" nel board di Mediobanca a compensare le uscite dell'ex presidente di Telefonica ed ex primo azionista di Telecom Italia Cesar Alierta e di Massimo Tononi, passato alla presidenza di Cdp che è entrata nel capitale di Telecom la scorsa primavera. (A.OL)*



**GENISH IN BILICO**

Vivendi-Elliott,  
tregua per fare  
fuori l'ad di Tim

◊ A PAG. 11

**TIM** I due azionisti cercano l'accordo sull'Ad

# Vivendi e Elliott, pace provvisoria per far fuori Genish

*Il manager israeliano tratta l'acquisto di una società  
in Brasile senza dirlo al cda. Oggi e lunedì riunioni di fuoco*

» **GIORGIO MELETTI**

**L**e quotazioni dell'amministratore delegato di Telecom Italia (Tim) Amos Genish sono in drastico calo. Secondo voci insistenti e univoche, i due maggiori azionisti di Tim, i francesi di Vivendi e gli americani del fondo Elliott, avrebbero raggiunto l'avviso comune che sia ora di silurarlo. Genish è stato scelto l'anno scorso dal capo di Vivendi Vincent Bolloré e confermato da Elliott dopo il ribaltone all'assemblea del 4 maggio scorso.

**DA QUEL GIORNO** il titolo Tim ha perso in Borsa il 35 per cento. I risultati del manager israeliano sono giudicati sconfortanti. Si teme che a fine anno il margine operativo lordo (Ebitda) sia inferiore all'obiettivo di 5-600 milioni. Genish ha dato la colpa (dopo averlo scelto) al direttore commerciale Pietro Jovane (ex ad di Microsoft Italia e Rcs) che se n'è andato dopo soli quattro mesi di vani tentativi di fronteggiare la perdita di clienti provocata dall'arrivo della so-

cietà francese di telefonia mobile *low cost* Iliad. Ma il punto davvero dolente è che Genish è giudicato troppo poco interessato ad affrontare i veri temi strategici, per esempio il futuro della rete e i rapporti con il governo italiano (azionista al 5 per cento attraverso la Cassa Depositi e Prestiti): è sul terreno politico che Tim deve discutere lo scorporo della rete e la sua fusione con la Open Fiber di Enel e Cdp.

Genish invece è appassionato al business brasiliano. Questa mattina dovrà spiegare alla riunione del Comitato strategico (cui partecipano il presidente Fulvio Conti e alcuni dei più influenti consiglieri) l'affare Nextel. Molti amministratori e manager hanno infatti appreso dai giornali che Genish ha puntato la piccola società telefonica brasiliana e vuole acquistarla attraverso Tim Brasil. La trattativa è a buon punto, si tratta di un acquisto del valore di 700 milioni circa (100 milioni per le azioni più 600 milioni di debito), che Genish ha trattato per mesi in segreto diretta-

mente con Steven Shindler, presidente della holding americana Nii, proprietaria di Nextel, e con il manager brasiliano Ricardo Knoepfelmacher, ex numero uno di Telecom Italia in Brasile.

**A IRRITARE DIVERSI** dei 15 consiglieri di Telecom Italia - che lo aspettano al varco alla riunione di lunedì prossimo in cui c'è Nextel all'ordine del giorno - è la strana condotta di Genish che proprio in Brasile (dove ha fatto la sua fortuna di manager) ha messo in atto il genocidio dei manager italiani. I dirigenti e gli amministratori che da Roma vorrebbero notizie della importante controllata sudamericana (ultimo pezzo di quello che fu un impero intercontinentale) non



sanno a chi telefonare. Nel luglio scorso è stato mandato via l'amministratore delegato Stefano De Angelis, sostituito dal brasiliano Sami Foguel, e anche il direttore generale Pietro Labriola, nel gruppo da quasi vent'anni, è dato in uscita. Sotto i due top manager la lista dei caduti italiani in Brasile comprende Luca Lovoi, Maurizio Miniello, Stefano Lisa e Andrea Benincasa.

**GLI UOMINI DI VIVENDI** non ne possono più di Genish e avrebbero chiesto al presidente Conti di assumere le principali deleghe operative, anche se qualcuno ritiene che sia stato Conti a offrire la sua disponibilità. Come dimostrerebbe un burrascoso incontro all'inizio di settembre di Conti con Gordon Singer, figlio di Paul, boss del fondo Elliott, l'uomo che ha voluto l'ex ad dell'Enel alla presidenza di Tim.

Di fatto Vivendi e Elliott hanno raggiunto una tacita, implicita intesa sul fatto che Genish ha fatto il suo (breve) tempo. Ma ancora manca il nome del successore. Anche perché, in attesa dell'assemblea di novembre in cui i due contendenti si conteranno nuovamente, in Tim come al solito non si sa chi comanda. Ormai è una simpatica tradizione.

*Twitter@giorgiomeletti*

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### La scheda

#### ■ SCELTO

l'anno scorso dal capo di Vivendi Vincent Bollore, l'ad di Tim Amos Genish è stato confermato da Elliott dopo l'assemblea dello scorso 4 maggio

#### ■ DA QUEL

giorno il titolo di Tim ha perso in Borsa il 35 per cento. Si teme che a fine anno il margine operativo lordo (Ebitda) sia inferiore del 5-10 per cento all'obiettivo



#### Alla guida

Amos Genish, amministratore delegato di Tim. Oggi ci sarà una riunione con il comitato strategico

Ansa

# Chat, social e computer ora il cinema insegue la Rete

**I piccoli schermi del pc diventano motori narrativi di storie e generi diversi**

**ROBERTO NEPOTI**

Ormai, nell'universo di immagini che ci avvolge, è guerra aperta: da un lato le piattaforme web, YouTube e Facebook, i video postati a milioni; dall'altra il cinema, che si sforza di escogitare mezzi per contrastare l'emorragia di pubblico di fronte all'offensiva del digitale. L'ultima tendenza è combattere il nemico con le sue stesse armi: sfida pericolosa e che impone qualche riflessione. È in arrivo, infatti, una pattuglia di titoli che introducono sul grande schermo i piccoli schermi del computer e dello smartphone, usandoli come motori narrativi di storie di genere diverso, dall'horror (le più frequenti) al poliziesco. E c'è anche un film italiano, stilisticamente in linea con questi anche se diverso per tono e contenuti: il semi-documentario *My home, in Libya* di Martina Melilli (visto a Locarno), dove la travagliata attualità del Paese è narrata mediante una chat della regista con un giovane libanese tra filmati, grafiche o semplici scambi di frasi su fondo nero. Tornando al cinema più commerciale, il 18 ottobre uscirà in Italia *Searching*, un thriller sperimentale di Aneesh Chaganty che è di gran lunga il risultato migliore del nuovo filone. La trama riguarda David, padre vedovo di una sedicenne scomparsa senza lasciare tracce, che lui cerca disperatamente di ritrovare. L'unico strumento di cui dispone è il laptop della figlia, attraverso i cui contenuti il genitore ne ricostruisce la vita e le frequentazioni. Tutta l'azione si svolge sullo schermo del computer, che lo spettatore osserva assieme al protagonista tra chat, schermi "splittati" e

quant'altro è famigliare ai frequentatori della Rete. Se il presupposto può suonare artificioso, il film è sceneggiato bene e tiene alta la suspense senza che l'uso delle immagini digitali venga a noia. Come dimostrano l'ottima accoglienza ricevuta al Sundance Film Festival e l'alto punteggio del sito aggregatore "Metacritic". La sua carta migliore è che, qui, la sostituzione dell'immagine in pixel a quella analogica è motivata dal racconto (l'indagine del padre), anziché sovrapposta o semplicemente appiccicata a esso. Più pretestuoso il caso del film di paura *E-Demon* di Jeremy Wechter, uscito in America la settimana scorsa. Un demone "virale" manipola un gruppo di giovani soliti comunicare a distanza, naturalmente con esiti terrificanti. La trovata è che gli amici di webcam coltivano la balzana abitudine di scambiarsi scherzi truculenti: così che quando la forza malefica si scatena hanno difficoltà a distinguere (metafora inconscia del web?) cosa sia vero, cosa falso. Tutto si svolge, comunque, in una videochat di gruppo; e sono immagini simulanti quelle di Skype che lo spettatore vede lungo l'intero film. Molto simile il caso di *Unfriended-Dark Web*, sèguito dell'horror di tre anni fa *Unfriended*, dove un giovane universitario trova un computer portatile abbandonato, mettendo in un mare di guai sé stesso e gli amici di chat. Soprattutto negli ultimi due titoli, che rielaborano in chiave digitale il "teen-horror", è palese la volontà di riportare in sala il pubblico più giovane parlando il suo linguaggio. E invece potrebbe essere un modo per darsi la zappa sui piedi: perché proprio i film dove tutto avviene sullo schermo di un computer sono quelli che meno richiedono di essere visti su quello, grande, di una sala.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**I film**



**Dal virtuale alla sala**

Dall'alto, un'immagine tratta da *E-Demon* di Jeremy Wechter. Sotto, *My home, in Libya* di Martina Melilli. A destra, John Cho, protagonista di *Searching* di Aneesh Chaganty

