

## Rassegna del 22/01/2019

\*\*\*

<b>Sole 24 Ore</b>	<b>12</b> Ricerca, da Torino a Napoli al via otto hub per le imprese	<i>Orlando Luca</i>	<b>1</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>33</b> Voucher digitalizzazione, pagamenti pure in Rt.ba.	<i>De Stefanis Cinzia</i>	<b>3</b>
<b>Il Fatto Quotidiano</b>	<b>15</b> Intelligenza artificiale, la partita dei fondi	<i>Della Sala Virginia</i>	<b>4</b>
<b>Il Fatto Quotidiano</b>	<b>6</b> Intervista a Matteo Del Fante - Del Fante: "Così Poste darà le nuove card per il reddito" - "Così funzionerà la carta per il reddito di Poste"	<i>Feltri Stefano</i>	<b>6</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>22</b> Bonus pubblicità, dichiarazione entro il 31	<i>Reich Emanuele - Vernassa Franco</i>	<b>9</b>
<b>Repubblica</b>	<b>18</b> Il punto - Esselunga mette la cassa nel carrello	<i>Bennewitz Sara</i>	<b>10</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>33</b> Moda online, etichette in chiaro	<i>Ausilio Espedito</i>	<b>11</b>
<b>Mf</b>	<b>8</b> La rivincita dell'email: per fare marketing è meglio dei social	<i>Mims Christopher</i>	<b>13</b>
<b>Giornale del Piemonte e della Liguria</b>	<b>5</b> Internet salverà artigiani e imprese	<i>Cigolini Edoardo</i>	<b>14</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>27</b> Iscrizioni al registro per stoppare la posta indesiderata - Stop alla posta indesiderata	<i>Ciccia Messina Antonio</i>	<b>16</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>33</b> Sussurri & Grida - Editori Ue contro Google (multata in Francia)	<i>I.e.</i>	<b>18</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>19</b> Protezione dati, la Francia infligge max multa a Google	<i>Beda Romano</i>	<b>19</b>
<b>Messaggero</b>	<b>16</b> «Google viola la privacy» maxi multa da 50 milioni	<i>Pierantozzi Francesca</i>	<b>20</b>
<b>Foglio</b>	<b>4</b> La max multa a Google	<i>Ec.</i>	<b>21</b>
<b>Foglio</b>	<b>3</b> Adesso tutti ce l'hanno con l'ex senatore Usa che fa lobby per Zte	<i>Pompili Giulia</i>	<b>22</b>
<b>Foglio</b>	<b>3</b> L'asso nella manica di Xi? Un triangolo dell'innovazione made in China	<i>Spalletta Alessandra</i>	<b>23</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>13</b> Tim, Elliott vuole la rete unica Il dossier sul tavolo di Gubitosi	<i>Olivieri Antonella</i>	<b>24</b>
<b>Messaggero</b>	<b>15</b> Tim, Elliott rilancia sulla rete unica «Presto un tavolo con Open Fiber»	<i>A. Fons.</i>	<b>25</b>

# Ricerca, da Torino a Napoli al via otto hub per le imprese

## INNOVAZIONE

**Quasi terminati i negoziati con il Mise per la divisione delle risorse pubbliche**

**Sono 270 le imprese in campo tra i soci fondatori delle nuove associazioni**

**Luca Orlando**

MILANO

Finalmente si parte. Con il termine della fase negoziale con le Università prende forma l'ultimo tassello del piano Industria 4.0: la costituzione dei centri di competenza, hub distribuiti sul territorio che dovranno rappresentare i punti chiave del trasferimento tecnologico verso il mondo delle imprese. Tra fine gennaio e l'inizio di febbraio è atteso il decreto di assegnazione dei fondi da parte del Mise ma già ora, sulla base dei negoziati chiusi, si può tracciare un quadro dell'attività. Cinque degli otto centri inseriti in graduatoria hanno già costituito l'involucro legale per concretizzare il partenariato pubblico-privato, condizione necessaria per poter accedere ai finanziamenti, lievitati a 73 milioni lo scorso maggio con uno degli ultimi atti dell'ex ministro dello Sviluppo Calenda. Risorse a cui si aggiungono i fondi ottenuti grazie al coinvolgimento di altri partner (270 le imprese tra i soci fondatori), essendo proprio il partenariato pubblico-privato

vato una delle condizioni chiave per partire. I fondi pubblici (50% delle spese) per il 65% coprono la fase di start-up (massimo 7,5 milioni per singolo centro) e per la parte restante i progetti avviati, con un massimo di 200mila euro per singolo dossier. La fetta maggiore è per l'unico centro di competenza del Sud, che vede come capofila l'Università Federico II di Napoli. Proprio al Sud erano stati dedicati in modo specifico 13 dei 73 milioni disponibili. «Questo vincolo ci ha aiutato - spiega il presidente della Scuola Politecnica e delle scienze di base dell'ateneo Piero Salatino - e l'importo condiviso nel verbale di negoziazione è pari a 12,5 milioni di euro. Nulla era scontato tuttavia, e credo che sia stata riconosciuta la validità del progetto. Ai primi di febbraio nascerà l'associazione, poi la partenza potrà essere quasi immediata, all'interno della Città della Scienza, anche grazie al contributo della Regione». Cifre non distanti vi sono per i due maggiori Politecnici italiani. Torino, al primo posto nella graduatoria Mise, intercetta 10,5 milioni di euro per avviare attività di advanced manufacturing nel campo dell'aerospazio e dell'automotive coinvolgendo nel percorso 24 aziende. Importo analogo (10,6 milioni) per il Politecnico di Milano che punta sulle tecnologie digitali legate alla manifattura, coinvolgendo 39 imprese che integrano le risorse Mise con 5,1 milioni in attrezzature, 13,7 milioni in tempo/uomo, 4,2 milioni in disponibilità liquide. Per il progetto che vede come capofila l'Alma Mater di Bolo-

gna vi sono 9,2 milioni, integrati da 15 milioni di fondi privati forniti dalle 45 aziende partner. Oltre trenta qui i progetti collaborativi presentati, focalizzati su connettività, automazione, manifattura avanzata e big data. Il competence center del Triveneto, che vede l'Università di Padova come capofila, ("Smact", dedicato a Social, Mobile, Analytics, Cloud e Internet of Things) ha negoziato fondi per sette milioni e coinvolge nell'accordo 29 imprese. Il Cnr, che sviluppa a Genova un competence center legato a infrastrutture e sicurezza, ha negoziato con il Mise sei milioni di euro ed entro fine mese farà nascere l'associazione con personalità giuridica necessaria per ottenere i fondi, coinvolgendo nel progetto 33 aziende. Negoziato chiuso anche per la Sapienza di Roma, capofila di un progetto che ottiene sette milioni per sviluppare attività sulla cybersecurity e che farà nascere a breve la scatola legale per partire. Associazione già definita invece per la Sant'Anna di Pisa, capofila del Competence Artes 4.0 dedicato alla robotica, che vede 22 imprese tra i soci fondatori. «Contiamo di partire in primavera - spiega il direttore dell'Istituto di Biorobotica Paolo Dario - anche perché gli spazi previsti a Pontedera sono già disponibili. Il 28 incontriamo il Mise per chiudere il negoziato». La richiesta è di 15 milioni di euro ma sulla base delle cifre negoziate dagli altri centri il punto di arrivo, saturando le risorse disponibili, dovrebbe attestarsi attorno a quota 10 milioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**GLI ATENEI DEL TRASFERIMENTO TECNOLOGICO****POLITECNICO DI TORINO****Manufacturing 4.0**

A fine dicembre la nascita del consorzio per il progetto che aveva ottenuto il punteggio Mise più alto. Negoziati fondi per 10,5 milioni per l'advanced manufacturing

**UNIVERSITA' STUDI DI PADOVA****Smact**

Padova, capofila di un progetto che coinvolge altri sette atenei del Triveneto, ha negoziato 7 milioni. Consorzio già creato, 29 aziende tra i soci fondatori

**POLITECNICO DI MILANO****Made**

Al via anche il progetto di Milano, che negozia 10,6 milioni, a cui si aggiungono altri 23 milioni dai privati. Coinvolte 39 imprese nel progetto per la smart factory

**FEDERICO II NAPOLI****Industry 4.0**

Per l'unico centro di competenza del Sud il negoziato si è chiuso con 12,5 milioni di euro. A breve la legal entity, che vede 41 aziende tra i soci fondatori

**ALMA MATER BOLOGNA****Bi-Rex**

Legal entity varata anche per Bologna, che ha negoziato 9,2 milioni. Lavorerà su connettività, automazione e big data. Tra i soci fondatori ci sono 45 imprese

**CNR****Start 4.0**

A giorni il via all'associazione, negoziati con il Mise fondi per sei milioni, 33 aziende tra i soci fondatori per lavorare a Genova su infrastrutture e sicurezza

**SANT'ANNA DI PISA****Artes 4.0**

È l'unico negoziato che ancora deve chiudersi, con una previsione di 9-10 milioni di euro. Tra i soci 22 aziende, per progetti di robotica avanzata

**LA SAPIENZA ROMA****Cyber 4.0**

Entro marzo il soggetto giuridico che coinvolge 37 soggetti privati per lavorare sulla sicurezza dei dati. Negoziato con il Mise chiuso con sette milioni di euro

# Il MiSe ammette l'utilizzo del conto corrente bancario Voucher digitalizzazione, pagamenti pure in Ri.ba.

DI CINZIA DE STEFANIS

**I**l ministero dello Sviluppo economico ha aperto al pagamento dei titoli di spesa legati ai voucher digitalizzazione, anche tramite ricevute bancarie (Ri.Ba.) con l'utilizzo del conto corrente bancario dedicato alla realizzazione dell'intervento. L'estratto del conto corrente utilizzato per i pagamenti connessi alla realizzazione dell'intervento potrà essere sostituito da altra documentazione (rilasciata dalla banca), attestante l'avvenuta esecuzione delle operazioni (ad esempio: attestazione di avvenuto pagamento, lista movimenti timbrata e firmata dalla banca e ordini di bonifico bancario accompagnati dalle relative distinte di pagamento della banca). Le precisazioni arrivano dal MiSe, con una serie di faq datate 18 gennaio 2019, circa le modalità di concessione delle agevolazioni per la digitalizzazione delle Pmi. Ricordiamo che, al 31 gennaio 2019, le imprese dovranno ultimare le spese previste nell'ambito degli interventi di digitalizzazione.

**Per data di ultimazione delle spese progettuali** connesse agli interventi di digitalizzazione dei processi aziendali e di ammodernamento tecnologico - chiariscono i tecnici di Via Veneto - si intende la data dell'ultimo titolo di spesa ammissibile, riferibile al progetto stesso. I pagamenti dei titoli di spesa oggetto di rendicontazione possono, invece, essere anche successivi alla predetta data di ultimazione, a condizione comunque che siano effettuati prima dell'invio della richiesta di erogazione il cui termine finale rimane fissato al 14 marzo 2019. La richiesta di agevolazioni va effettuata esclusivamente attraverso l'apposita procedura informatica dedicata, accendendo all'apposita sezione MiSe

«accoglienza istanze». E cliccando sulla misura «voucher per la digitalizzazione».

**Le imprese assegnatarie del «voucher per la digitalizzazione»** possono presentare le richieste di erogazione attraverso la procedura informatica, disponibile al seguente link <https://agevolazionidgiai.inviaitalia.it>, accedendo nella sezione «accoglienza istanze» e cliccando sulla misura «voucher per la digitalizzazione». Attraverso la medesima procedura informatica le imprese possono comunicare anche la rinuncia alle agevolazioni e/o le richieste di variazione del beneficiario. La procedura dedicata alla ricezione delle richieste di erogazione richiede, analogamente a quanto previsto per la trasmissione della domanda di agevolazione, che l'identificazione e l'autentica avvengano attraverso la carta nazionale dei servizi (Cns), ossia un dispositivo (smart card o chiavetta Usb) che contiene un «certificato digitale» di autenticazione personale. L'accesso alla procedura informatica è riservato al rappresentante legale dell'impresa proponente, come risultante dal certificato camerale della medesima; questi potrà delegare un altro soggetto, non necessariamente interno all'organizzazione aziendale, per la presentazione della richiesta di erogazione (attraverso la procedura informatica - «gestione deleghe»).



# Intelligenza artificiale, la partita dei fondi

» VIRGINIA DELLA SALA

Al tavolo del ministero dello Sviluppo economico, ieri, i 30 esperti sull'intelligenza artificiale stavano stretti. Si stavano insediando, non devono averci fatto molto caso. A loro, nei prossimi mesi e con scadenza al 25 marzo (ultima riunione prevista) tocca tracciare la direzione per spendere i 90 milioni di euro destinati all'implementazione dell'Intelligenza Artificiale: 45 milioni in tre anni già inseriti in legge di bilancio, altri 45 milioni dalla rimodulazione di una delibera Cipe del 2017.

Il sottosegretario pentastellato con delega all'Industria, Andrea Cioffi, ha parlato di un'Italia che "punta ad avere un ruolo di avanguardia in Europa su settori strategici come Intelligenza Artificiale e tecnologie blockchain" di un "contributo" che "dal punto di vista culturale e scientifico, può essere davvero determinante".

C'è questo aspetto, certo. Ma c'è pure quello economico, l'orizzonte degli stanziamenti europei che su Intelligenza Artificiale e IoT (Internet of Things) sta spingendo anche attraverso il Nuovo Programma per l'Europa Digitale. Ancora i numeri parlano da soli: l'Ue metterà a disposizione degli stati circa 9,2 miliardi di euro. Semplificando molto, chi meglio fa, più prende. E chi più prende, più può finanziare imprese e ricerche. E infatti basta guardare alla strategia nazionale (coordinata anche dal consulente giuridico del ministro Di Maio per telecomunicazioni e innovazione digitale, Marco Bellezza) che punta - secondo lo schema che detta le tappe - a "portare l'Intelligenza Artificiale dal laboratorio al mercato", a "incentivare l'educazione", ad "attrarre investimenti", a utilizzare "i dati come nuovo fattore di produzione", a tracciare una "cornice normativa" considerandogli "impatti etici".

Infine, a "migliorare i servizi pubblici". Insomma, sensori, robot, sistemi digitali, utilizzo dei dati per migliorare le performance, per togliere servizi ai big del digitale.

Anche perché è questa la direzione verso cui vanno il mercato e le istituzioni europee (fondamentale, in questa partita, sarà lo sviluppo della rete 5g): e infatti, attorno al tavolo, c'erano i rappresentanti di ogni categoria. Giuristi (da Oreste Pollicino, specializzato sui temi della privacy, a Marco Pierani, che si occupa di diritto dei consumatori), docenti universitari (statistica, economia, robotica, analisi dati, matematica) e, soprattutto, manager: da Ibm a Fastweb e Tim passando per Comau, St Microelectronics e Leonardo. Anche tre membri provenienti dal mondo della consulenza aziendale: Deloitte, The European House - Ambrosetti e P4I. E un sindacalista, Marco Bentivogli, segretario generale della Fim Cisl.

Sono esperti, diventati tali nei campi in cui hanno sviluppato le loro competenze. Le loro professioni e i legami con le aziende sono dichiarati, a protezione e controllo di qualsiasi rischio di conflitto d'interesse. Anche perché uno dei punti fermi nella distribuzione di questi fondi sarà l'indizione di bandi e chiamate pubbliche a cui, è l'idea di fondo, far partecipare sia le grandi realtà (se portatrici di *knowhow*) sia le piccole e medie imprese. Si vedrà. Così come si vedrà come andrà anche il secondo tavolo che si è insediato ieri, quello sulla blockchain. Cavallo di battaglia dei Cinque Stelle, ha raccolto la stessa eterogeneità di esperti e molti giovani esponenti di startup. Curiosa una delle istanze venute alla luce più spesso: prima di tutto bisognerà identificare i campi di applicazione. Altrimenti il rischio è che blockchain significhi tutto e niente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





## I soldi

▪ **SONO** circa 90 i milioni di euro destinati all'implementazione dell'Intelligenza Artificiale: 45 milioni in tre anni già inseriti nella legge di Bilancio approvata; altri 45 milioni arriveranno dalla rimodulazione di una delibera Cipe del 2017

.....



## L'incontro

Il vertice tenutosi ieri al Mise su Intelligenza artificiale e Blockchain

**L'AMMINISTRATORE DELEGATO** 10 giorni per ritirarla dopo l'ok dell'Inps alla richiesta

# Del Fante: "Così Poste darà le nuove card per il reddito"

■ Gli sportelli postali consegneranno insieme la card gialla e il pin. Le Regioni negoziano col governo: sei mesi per assumere nei centri per l'impiego

◦ ROTUNNO  
A PAG. 6

L'INTERVISTA

**Matteo Del Fante** Parla l'amministratore delegato: "Appena arriva l'ok dell'Inps, card distribuita in dieci giorni"

## "Così funzionerà la carta per il reddito di Poste"



*Sarà gialla, uguale a quelle normali: nessuno si vergognerà a usarla, sui prelievi ci sarà una commissione come per tutte le carte*



*Ogni utente potrà consultare l'estratto conto, se il ministero lo chiederà daremo un report sul tipo di acquisti fatti*

» STEFANO FELTRI

Sarà una card gialla, con il logo di Poste, il numero impresso in rilievo: in tutto e per tutto uguale a una normale carta di credito ma servirà per spendere soltanto le somme che vi verranno caricate per il reddito di cittadinanza. "È uno strumento che non stigmatizza chi la usa, il destinatario del reddito non deve sentirsi imbarazzato a usare questo strumento, per legge ci devono essere differenze da una normale PostePay, ma non saranno molto riconoscibili", spiega Matteo Del Fante, amministratore delegato di

Poste dall'aprile 2017, insieme al suo braccio destro Giuseppe Lasco, responsabile dei corporate affair; Poste ha un ruolo cruciale nella macchina amministrativa del reddito di cittadinanza: dal 6 marzo i quasi 5 milioni di potenziali beneficiari potranno fare domanda per il reddito negli uffici postali, oltre che online e presso i Centri di assistenza fiscale. E sarà prodotta da Poste la carta che permetterà di spendere il sussidio e di prelevarne fino a 100 euro al mese in contanti.

**Dottor Del Fante, Poste è pronta a gestire il reddito di cittadinanza?**

Il nostro ruolo è triplice, nella fase di ricezione della domanda standard del potenziale beneficiario, nella consegna della carta e nella gestione operativa dell'utilizzo della carta.

**Il potenziale beneficiario fa domanda online o all'ufficio postale?**

Tutto nasce sulla base di una



convenzione preesistente, facciamo già da sportello della Pubblica amministrazione per certificati catastali, anagrafe, permessi di soggiorno e molto altro.

**La domanda poi viene valutata dall'Inps.**

Secondo il decreto legge ha cinque giorni per verificare i requisiti, quando l'Inps ci risponde noi convochiamo l'utente e gli consegniamo carta e pin insieme. Non si può spedire a casa perché la normativa antiriciclaggio impone di verificare il documento di identità prima di consegnare una carta di pagamento. Dopo la consegna, la carta è già funzionante con l'importo definito.

**E questa procedura di consegna quanto richiederà?**

Le carte sono già in stampa e sono già pronte potenzialmente per tutti gli aventi diritto. Saranno disponibili nei singoli uffici postali. Noi mandiamo la comunicazione al beneficiario di venire a ritirare la carta, il tempo della procedura sarà variabile, a seconda di quanto sono concentrate le domande sul territorio, ma comunque all'incirca 10 giorni.

**Circolava l'ipotesi di controllare se i beneficiari, con la carta, faranno consumi "moralì" o sprecheranno i loro soldi. Voi potrete vigilare?**

Ogni utente potrà consultare online, all'ufficio

postale, e negli Atm di Poste il proprio estratto conto. Noi poi dovremo rendere conto alla nostra controparte contrattuale, cioè il ministero dell'Economia, i dati sull'utilizzo della carta. Presumo ci chiederanno una reportistica per settore merceologici e per tipologia di esercenti.

**Ci sarà una commissione per prelevare le somme in contanti, fino a 100 euro mensili, dagli sportelli bancomat?**

Sì, ci sarà una commissione come avviene con tutte le carte di Poste.

**Vitroverete con 5 milioni di potenziali nuovi clienti. Magari dal reddito basso, ma negli Usa questo genere di soggetti sono stati molto remunerativi negli anni prima della crisi, basti pensare ai mutui subprime.**

Di solito le società che emettono carte di pagamento cercano di presentarle come *gold, platinum*, per associarle a una clientela più prestigiosa, noi facciamo il contrario, perché il nostro ruolo sociale lo richiede, ma non è una scelta lucrativa. Per noi quello che conta è che si consolidi la presenza di Poste sul territorio e la fiducia nei servizi che eroghiamo. Alla lunga è un investimento che ci ritorna: abbiamo fatto la scelta strategica di non chiudere gli uffici postali in 5.800 piccoli Comuni, un impegno preso con i sindaci,

e ora vogliamo riempire di contenuti questi uffici postali: il reddito di cittadinanza sarà uno di questi, come le notifiche degli atti giudiziari, i servizi di tesoreria dei Comuni, la carta d'identità elettronica.

**Il governo si è impegnato a fare privatizzazioni per 18 miliardi nel 2019. Si parla della possibile cessione di un altro pacchetto di azioni di Poste in mano pubblica. Che ne pensa?**

Da manager, faccio quello che decide l'azionista, da amministratore delegato sono convinto che ci sia ancora del valore da estrarre dal titolo Poste che, dalla quotazione, è cresciuto da 6,6 euro ai 7,6 attuali. Eravamo arrivati sopra 8 euro prima che le settimane difficili dello spread avessero impatto anche sul nostro titolo, come su tutto il mercato.

**Poste ha buoni rapporti anche con la Casaleggio Associati, avete finanziato con 30 mila euro il loro ultimo rapporto sulla blockchain. Un modo per tenere buoni i rapporti con i Cinque Stelle?**

L'inizio del rapporto con la Casaleggio risale al 2016, prima del mio arrivo in Poste, abbiamo finanziato due loro ricerche. In particolare quella sull'e-commerce ci ha permesso di accedere a dati che noi non avevamo. Finanziamo molte ricerche prodotte da centri di ricerca esterni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**In prima fila**

Un ufficio postale. Sotto, l'ad di Poste, Matteo Del Fante *LaPresse*

# Bonus pubblicità, dichiarazione entro il 31

## AGEVOLAZIONI

Senza la «sostitutiva»  
si perde  
il credito d'imposta

**Emanuele Reich**  
**Franco Vernassa**

Entro giovedì 31 gennaio dovrà essere presentata la dichiarazione sostitutiva degli investimenti incrementali effettuati nel 2018 sulla stampa quotidiana e periodica, anche online e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali. Chi non rispetta il termine perde il beneficio.

Non sono quindi ancora finiti gli ostacoli da superare per chi intende beneficiare del credito d'imposta spettante per gli investimenti incrementali in campagne pubblicitarie effettuati nel 2018. Infatti, l'importo indicato nell'elenco pubblicato il 21 novembre 2018 sul sito del dipartimento per l'informazione e l'editoria, relativo ai soggetti che hanno prenotato il credito di imposta per l'anno 2018, si riferisce all'ammontare del credito solo teoricamente fruibile sulla base delle prenotazioni inviate. Tale importo diverrà definitivo dopo il 31 gennaio 2019, dopo che i beneficiari avranno comunicato l'effettiva realizzazione nel 2018 degli investimenti indicati, e sarà quindi possibile definire l'effettiva spettanza. Al momento si sottolinea che la percentuale provvisoria di ripartizione è pari al 23% per gli investimenti in radio e televisioni locali e del 26% per i giornali, quotidiane periodici, cartacei e online.

Oltretutto, insieme ai dati definitivi relativi al 2018, dopo il 31 gennaio 2019 saranno comunicati anche i dati relativi agli investimenti incrementali effettuati dal 24 giugno al 31 dicembre 2017, che quindi ancora mancano. Solo in seguito sarà dunque possibile usare in compensazione il credito maturato per gli investimenti 2017 e 2018, anche se, per il solo 2018, l'importo corrispondente al dato provvisorio di ripartizione potreb-

be già essere indicato nel bilancio 2018 in corso di predisposizione. Occorre peraltro fare attenzione, poiché la prenotazione del credito per le spese del 2018 dovrà essere confermata, o rettificata in meno, dai beneficiari, con la dichiarazione sostitutiva da inoltrare in via telematica dal 1° al 31 gennaio 2019.

Non è finita: l'articolo 1, comma 762, della legge di Bilancio 2019 dispone infatti che il credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari sia concesso quale aiuto "de minimis". Questo intervento genera ulteriori incertezze: non essendo prevista una decorrenza, si potrebbe ritenere che tale limite si applichi alle spese sostenute dal 1° gennaio 2019, data di entrata in vigore della legge, ma una diversa soluzione potrebbe derivare dall'esistenza di rilievi sul beneficio mossi dalla Commissione europea con la warning letter pervenuta dalla Direzione generale concorrenza il 21 novembre 2018. In ogni caso, per le imprese di maggiori dimensioni ed i gruppi di società l'introduzione del limite "de minimis" fa venir meno l'agevolazione, considerato che tale limite di 200mila euro, valevole sull'arco di tre anni, si applica a livello di gruppo.

Si ricorda che, a regime, il beneficio spetta per gli investimenti pubblicitari incrementali sulla stampa quotidiana e periodica, anche online, e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali, purché il loro valore superi almeno dell'1% l'ammontare degli analoghi investimenti pubblicitari effettuati sugli stessi mezzi di informazione nell'anno precedente. Il credito d'imposta è pari al 75% del valore incrementale degli investimenti effettuati, tenendo conto del limite massimo complessivo delle risorse di bilancio annualmente stanziato, che costituisce tetto di spesa. Il tetto è elevato al 90% nel caso di microimprese, Pmi e start-up innovative, in via subordinata al perfezionamento della procedura di notifica alla Commissione Ue, in pendenza della quale si applica il limite del 75%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Il punto

ESSELUNGA  
METTE LA CASSA  
NEL CARRELLO

Sara Bennewitz

Cassa e carrello. Esselunga trasforma in flussi di cassa circa due terzi del suo margine lordo e dimezza i debiti in 12 mesi. Dopo aver tenuto bassi gli investimenti - anche per il contesto economico non brillante - il gruppo della grande distribuzione ha infatti ridotto le passività di oltre 400 milioni a 436 milioni. E mentre i ricavi 2018 aumentavano a 7.914 milioni (+2,1%), le aree dove opera il gruppo registravano un calo di circa l'1,4%. Morale, l'azienda controllata da Marina Caprotti continua ad andare bene nonostante la concorrenza dei low cost, l'arrivo di Aldi e la crescita dell'online di Amazon che per il fresco si appoggia a gruppi rivali. Anzi, a guardare i primi dati del 2018 - dove anche la marginalità pare confermata all'8% - Esselunga va talmente bene che non stupisce che Marina abbia deciso di liquidare i fratelli Giuseppe e Violetta, proprietari del restante 30% del gruppo. Ipotizzando che la cassa prodotta quest'anno sia replicabile negli anni futuri, Marina potrebbe ricomprarsi le quote dei fratelli a debito, estinguendo le passività in cinque anni. Ora basterebbe solo accordarsi sul prezzo.



*Un vademecum della Cdc Milano spiega alle pmi come affrontare la sfida dell'e-commerce*

# Moda online, etichette in chiaro

## Vincoli informativi e sanzioni su prodotti tessili e scarpe

DI ESPEDITO AUSILIO

**E**tichette ed obblighi informativi in chiaro per le imprese che vendono capi di moda online. E per i consumatori che acquistano vestiario via web. Un vademecum, stilato dalla Camera di commercio di Milano, Monza, Brianza, Lodi e dalla federazione Moda Italia, interviene a supporto delle imprese che vogliono intraprendere la strada della vendita via web. E spiega:

- i vincoli informativi a carico del produttore e del distributore, nei confronti del consumatore;

- gli errori più frequenti da evitare;

- le sanzioni in caso di violazione delle norme di legge;

- le clausole tipo di garanzia, recesso e reso per cambio merce, corredate da «moduli tipo»;

- la tutela della proprietà intellettuale nelle vendite on line e una check list per autovalutare la propria condotta.

In più, il vademecum prescrive consigli pratici circa l'etichettatura di prodotti tessili e calzature. Ad esempio, svela che il fabbricante, l'importatore o il distributore che non forniscano sui siti web le indicazioni relative alla composizione fibrosa e dei simboli delle calzature sono soggetti ad una sanzione pecuniaria fra 1.500 euro e 20.000 euro.

Il vademecum verrà presen-

tato oggi, in un workshop a Milano. Andiamo con ordine.

**L'etichetta dei prodotti tessili** deve:

- essere in lingua italiana (es. «100% Cotone» e non «100% Cotton», ad esempio in lingua inglese);

- contenere la composizione fibrosa con la denominazione della fibra scritta per esteso («100% Cotone» e non «100 CO»: il codice meccanografico non è ammesso) e la percentuale del peso indicata in ordine decrescente (es. «90% Cotone 10% Seta»);

- essere saldamente fissata al prodotto;

- trovare corrispondenza con quanto scritto nei documenti commerciali (es. nelle fatture ci deve essere il riferimento alla stessa percentuale di composizione fibrosa indicata in etichetta);

- indicare nome, ragione sociale o marchio e anche sede legale del produttore/importatore (estremi del produttore ex art. 104 del dlgs 206/2005 - Codice del consumo e, quindi, l'indicazione della Via e della città);

- prevedere l'eventuale indicazione «Contiene parti non tessili di origine animale» qualora, ad esempio, si tratti di piumini, maglioni con toppe o inserti in pelle o scamosciati, bottoni in madreperla o corno naturale.

**Per chi vende calzature è rilevante** sapere che:

- il distributore deve esporre in negozio un cartello (in allegato) con l'indicazione dei

simboli corrispondenti ai materiali di composizione (cuoio; cuoio rivestito; materie tessili naturali e materie tessili sintetiche o non tessute; altre materie) delle parti delle calzature (tomaia; rivestimento della tomaia e suola interna; suola esterna). In caso di omissione il distributore è soggetto alla sanzione amministrativa pecuniaria compresa fra 200 euro e 1.000 euro.

- il distributore deve prevedere (almeno in una scarpa) l'inserimento di un'etichetta (anche adesiva o stampata sulla calzatura) con l'indicazione dei simboli corrispondenti ai materiali di composizione (cuoio; cuoio rivestito; materie tessili naturali e materie tessili sintetiche o non tessute; altre materie) delle parti delle calzature (tomaia; rivestimento della tomaia e suola interna; suola esterna). In caso di omissione il distributore è soggetto alla sanzione amministrativa pecuniaria compresa fra 700 euro e 3.500 euro.

- il produttore/importatore deve indicare nome, ragione sociale o marchio e anche sede legale (identità ed estremi del produttore ex art. 104 del dlgs 206/2005 - Codice del Consumo e quindi l'indicazione della via e della città). In caso di omissione il produttore è soggetto ad una sanzione amministrativa compresa fra 1.500 euro e 30.000 euro.



### COME LEGGERE LE ETICHETTE\*

#### PARTI DI CALZATURE DA IDENTIFICARE E SIMBOLI CORRISPONDENTE

**Interno**

- Uper
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola

**Intersuola**

- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola

**Intersuola**

- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola

#### MATERIALI E SIMBOLI CORRISPONDENTE

**Cuoio**

- Cuoio
- Cuoio
- Cuoio
- Cuoio
- Cuoio
- Cuoio
- Cuoio
- Cuoio
- Cuoio

**Cuoio sintetico**

- Cuoio sintetico
- Cuoio sintetico
- Cuoio sintetico
- Cuoio sintetico
- Cuoio sintetico
- Cuoio sintetico
- Cuoio sintetico
- Cuoio sintetico
- Cuoio sintetico

**Intersuola**

- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola
- Intersuola

**Altra**

- Altra
- Altra
- Altra
- Altra
- Altra
- Altra
- Altra
- Altra
- Altra

\*Decreto IN/DC - DM 8 aprile 1996  
Decreto Legislativo n. 50 del 12 novembre 2017

# La rivincita dell'email: per fare marketing è meglio dei social

THE WALL STREET JOURNAL

di Christopher Mims

I più giovani pensano che sia una cosa arcaica e da pignoli, ma per brand, creativi e aziende di ogni genere la scelta migliore per raggiungere il pubblico è l'unica opzione a consegna garantita che internet ci ha lasciato: l'email. I servizi di posta elettronica rivolti ai consumatori sono in circolazione da quasi tre decenni, ma a sentire i fan più accaniti dell'email adesso questo è diventato un territorio sconosciuto e da troppo tempo trascurato proprio da coloro che potrebbero trarne il massimo vantaggio. Nell'era del #deletefacebook, l'email è diventata un modo per combattere contro gli algoritmi che cercano di dettare ciò che viene visualizzato. A differenza di Facebook, i lettori ricevono tutto ciò che hanno accettato di ricevere, in ordine cronologico, insieme a missive di amici, familiari e delle varie comunità di cui fanno parte. Per gli operatori del marketing, grandi e piccoli, gli algoritmi che alimentano i social media rappresentano un costo sempre crescente del fare business su piattaforme di proprietà del duopolio di Google e Facebook. L'email consente invece agli autori di connettersi intimamente con i lettori e ai marchi di rivolgersi ai loro clienti più fedeli mentre le nascenti startup sviluppano esercizi di influencer. L'accesso immediato dei lettori al pulsante «cancella l'iscrizione» è in larga misura una buona cosa per tutti i soggetti coinvolti, poiché spinge i creatori di contenuti di posta elettronica a produrre esperienze autentiche e di alta qualità e a stabilire connessioni più profonde di quelle consentite generalmente dai medium advertising-first come Facebook. Sette anni fa la società di jeans con sede nel Galles, Hiut Denim, era sull'orlo del collasso. Il co-fondatore David Hieatt, che nel 2006 ha ceduto un'altra azienda di abbigliamento a Timberland, ha avuto l'idea di avviare una newsletter molto pensata e piena di contenuti che la gente avrebbe apprezzato a prescindere dall'acquisto dei suoi jeans. Oggi queste email includono raccolte di articoli, video, prodotti e citazioni che i dipendenti di Hiut hanno trovato affascinanti nel corso della settimana, oltre ad appuntamenti annuali come la «100+ Makers and Mavericks» e una mastodontica guida ai regali che non include assolutamente nessuno dei prodotti dell'azienda. «Per come la vedo io, tra una mailing list con 1.000 persone o 100.000 follower su Twitter, sceglierei le 1.000 email tutta la vita, perché il business prodotto da 1.000 email sarà molto di più rispetto a quanto dato da 100.000 persone su Twitter

o Instagram», afferma Hieatt. Hiut è diventato un fiorente brand di boutique di moda e Hieatt ha scritto un libro sul potere delle newsletter via email per le imprese.

**L'email ha ancora il più alto ritorno sull'investimento per dollaro di marketing speso,** secondo Data & Marketing Association. E se Facebook, in particolare, ha tenuto sulla corda i marketer con regole sempre diverse su come raggiungere i clienti (e sulle somme da addebitare per tale privilegio) con l'email un'azienda è proprietaria delle sue liste. Quella che sta avvenendo non è esattamente una rinascita dell'email: non ha mai smesso di crescere per portata e importanza, afferma Sara Radicati, amministratore delegato di Radicati Group, società di analisi del settore tecnologico. A differenza dei tweet o dei post di Facebook, nessuna azienda controlla o addirittura visualizza tutte le email del mondo, ma le stime di Radicati mostrano una crescita costante del 4% all'anno nel numero di email inviate, con un record di 281 miliardi di email al giorno nel 2018. Molte società aiutano le aziende nella gestione del marketing e le relative comunicazioni via email, Adobe, Ibm e Oracle sono alcune delle più grandi, ma anche le società tecnologiche di medie dimensioni specializzate nella posta elettronica masticano volumi da capogiro. SendGrid eroga 45 miliardi di email al mese per oltre 74.000 clienti, tra cui Airbnb, Spotify, Uber e Hertz. La società ha elaborato 2,8 miliardi di email solo per il Black Friday 2018, con un incremento di oltre 1 miliardo di email rispetto all'anno precedente.

**Il successo dell'email è dovuto a una serie di fattori.** Il primo è che, come il web, è uno dei pochi standard aperti rimasti. Nessuno lo controlla e nessuna azienda può interporre tra un mittente e il destinatario. Un altro fattore è la consapevolezza che i social media potrebbero non essere particolarmente positivi per la nostra salute mentale o a livello democratico. Le motivazioni che spingono la gente a iscriversi ed effettivamente aprire le email sono molto diverse da quelle che inducono a essere presenti sui social media. Le email, al contrario, possono essere sane, afferma Robin Sloan, scrittore che ha inaugurato una newsletter via email (come un blog recapitato nella casella di posta) quasi dieci anni fa. Anche altri creativi, in particolare i giornalisti, guardano alle email come sbocco creativo. «Quale altra tecnologia usiamo ogni giorno che non richieda l'approvazione dei termini di servizio?», riflette Craig Mod, scrittore e saggista che di recente ha avanzato l'ipotesi che un'evoluzione del libro potrebbe essere la serializzazione come una newsletter via email.

traduzione di Giorgia Crespi



**DATI CONFARTIGIANATO** Serve innovarsi

# Internet salverà artigiani e imprese

*Sempre più piemontesi scelgono di comprare online, ma poche sono le imprese «attrezzate»*

**Edoardo Cigolini**

■ Il mare del web, uno spazio infinito e ricco di possibilità, in cui sempre più piemontesi si spingono per fare acquisti, ma nello stesso tempo una condanna per tutte quelle aziende che non sanno innovarsi e stare al passo con le nuove tecnologie. Sono 785mila i piemontesi che negli ultimi 12 mesi hanno acquistato online, il 33,0% degli utenti internet del Piemonte. Cresciuti di 102mila unità, il 14,9% rispetto all'anno precedente, sono stati invece gli e-shoppers piemontesi che occupano ora la sesta posizione nazionale. I dati sono emersi dal rapporto su "E-commerce - Acquirenti on line in Piemonte", analisi condotta dall'Osservatorio per le PMI di Confartigianato Imprese Piemonte, su fonte Istat tra il 2017 e 2018. Anche i dati nazionali confermano il trend del Piemonte. L'analisi generale mostra, infatti, che se da una parte il vincitore è il web, dall'altra il commercio tradizionale fatica. Nell'e-commerce, le vendite sono cresciute del

10,3% nell'ultimo anno e del 30% nell'ultimo triennio. Al contrario, il valore delle vendite al dettaglio ristagna, con una variazione del -0,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con la tenuta della grande distribuzione (+0,8%) e il calo delle vendite delle imprese operanti su piccole superfici (-1,6%). «Sono sempre di più gli artigiani che offrono i propri beni e servizi on line - commenta Giorgio Felici, Presidente di Confartigianato Imprese Piemonte - si spazia dai prodotti e oggetti tipici del nostro territorio, alle nostre eccellenze enogastronomiche che possono essere apprezzate e consumate in tutto il mondo, fino ad arrivare ai servizi che le imprese digitali offrono a tutti i clienti che ne fanno richiesta». Una vendita on line che potrebbe anche aiutare le piccole imprese e botteghe, secondo Confartigianato, bisognose oggi più che mai di solcare il mare del web. «Molti mestieri artigiani, anche quelli tradizionali difficilmente si potranno fare senza innovazione - conclude Felici -

per questo è fondamentale». In molti casi, infatti, è ancora bassa propensione a effettuare vendite mediante il commercio elettronico. Tra le criticità segnalate tra quelle che vendono on line, il 20,2% denuncia i costi connessi all'avvio dell'e-commerce superiori ai benefici attesi. Inoltre, in un caso su dieci, pesano la logistica (10,8%), il quadro legislativo di riferimento (10,3%) e i problemi dei pagamenti online (9,1%). Le imprese che non hanno effettuato vendite via web nel corso dell'anno precedente - oltre a indicare l'inadeguatezza dei propri beni alla vendita via web (53,2%) - segnalano un ventaglio ampio di criticità: la logistica (trasporto, spedizione e consegna delle merci vendute via web) nel 29,4% dei casi, il rapporto costi/benefici nel 27,4%, i problemi relativi ai pagamenti online nel 21,9% dei casi, la sicurezza informatica e la protezione dei dati nel 18,5% dei casi e il quadro legislativo di riferimento nel 17,9% dei casi.





**COMODO E VELOCE** 785 mila piemontesi hanno fatto acquisti online nel 2018

DAL 6 MAGGIO

## Iscrizioni al registro per stoppare la posta indesiderata

Ciccio Messina a pag. 27

L'estensione al marketing cartaceo è l'effetto di un decreto pubblicato in Gazzetta

# Stop alla posta indesiderata

## Iscrizioni al registro opposizioni dal 6 maggio prossimo

DI ANTONIO  
CICCIA MESSINA

**D**al 6 maggio 2019 parte l'opt out per il marketing cartaceo.

Da quella data si potranno mandare lettere promozionali agli indirizzi presenti negli elenchi telefonici pubblici, a meno che l'interessato non abbia manifestato il suo dissenso, iscrivendo il suo recapito nel registro delle opposizioni, tenuto dalla fondazione Bordini ([www.registrodelleopposizioni.it](http://www.registrodelleopposizioni.it)).

È questo l'effetto del dpr n. 149 dell'8 novembre 2018, pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale* del 19 gennaio 2019, vigente dal 4 febbraio 2019, che ha modificato il precedente dpr 178/2010, e cioè il regolamento sul registro delle opposizioni, ovvero il registro nel quale si deve iscrivere chi non vuole ricevere comunicazioni commerciali dirette.

Il registro è già operativo dal 2010 per il marketing telefonico ed è stato, ora, esteso al marketing effettuato con l'impiego della posta cartacea.

Le nuove regole consentono a chi lo vuole di chiedere l'iscrizione del proprio indirizzo nella lista dei recapiti inutilizzabili per scopi commerciali.

Senza l'iscrizione nel registro delle opposizioni, però, anche l'indirizzo diventa utilizzabile senza il preventivo consenso.

Chi vuole impedire che la cassetta delle lettere sia riempita con comunicazioni promozionali avrà tre mesi di tempo per chiedere al registro delle opposizioni l'iscrizione del proprio indirizzo (necessario consultare il sito del registro

delle opposizioni per le concrete modalità operative).

Il decreto in esame, nella versione definitiva, ha, infatti, accolto il suggerimento del Garante della privacy ed ha previsto un termine transitorio pari a 90 giorni in modo da consentire agli abbonati di iscriversi prima di poter essere contattati e dall'altro fornire il tempo per realizzare il registro esteso alla posta cartacea.

Quindi, tenuto conto dello slittamento dei termini in scadenza nei giorni festivi al primo giorno feriale successivo, il 6 maggio 2019 è la data da segnare in calendario.

Con le nuove regole si è detto che si applica il cosiddetto opt out per la posta cartacea.

Questo significa che, con il regolamento sul marketing cartaceo, chi vuole fare pubblicità usando gli indirizzi risultanti dagli elenchi telefonici lo può fare, ma deve controllare che l'indirizzo non sia stato inserito (su richiesta dell'interessato) nella lista ufficiale di chi non vuole ricevere pubblicità cartacea.

I soggetti già iscritti al servizio per non ricevere la pubblicità telefonica potranno aggiornare la propria iscrizione estendendo l'opposizione già espressa anche alla posta cartacea.

Dal punto di vista degli operatori di marketing per poter mandare comunicazioni commerciali a mezzo posta cartacea bisognerà consultare il registro e vedere quali indirizzi sono stati iscritti, depennandoli di conseguenza dalla lista. In materia di tempi di consultazione, si prevede che, per i trattamenti di dati per fini di invio di materia-

le pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale, mediante l'impiego della posta cartacea, la consultazione del registro da parte di ciascun operatore ha efficacia pari a trenta giorni.

Il regolamento in commento, poi, integra la disposizione sull'obbligo di informativa a favore del soggetto contattato: per effetto delle novità, si devono far conoscere all'interessato la fonte dei dati usati e le indicazioni utili all'eventuale iscrizione nel registro delle opposizioni, e ciò va fatto all'interno del materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale inviato tramite posta cartacea.

Si coglie, poi, l'occasione per cambiare le modalità per iscriversi al registro delle opposizioni (anche in materia di opposizione al marketing telefonico), togliendo la possibilità di inviare un fax: rimangono quindi il canale web, il telefono, la e-mail e la raccomandata.

Dovranno, infine, essere attivate apposite campagne informative atte a favorire la piena conoscenza delle novità.

© Riproduzione riservata



**Obbligati e sanzioni**

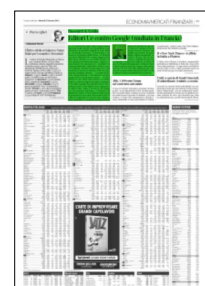
Obbligati	Qualunque soggetto, persona fisica o giuridica, che intenda effettuare il trattamento dei dati per fini di invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale, mediante l'impiego del telefono o della posta cartacea
Ambito di applicazione	Numerazioni e corrispondenti indirizzi postali riportati in elenchi di abbonati
Violazione delle disposizioni su comunicazioni indesiderate (art. 130 Cod. Privacy, commi da 1 a 5)	Sanzione pecuniaria amministrativa fino a 20 milioni di euro, o, se superiore, fino al 4% del fatturato mondiale totale annuo (articolo 166 Cod. privacy)

## Sussurri &amp; Grida

## Editori Ue contro Google (multata in Francia)

(i.c.) Le associazioni degli editori europei hanno attaccato Google perché «ha intensificato il suo allarmismo sul possibile impatto di nuovi diritti per chi produce giornali». Il riferimento è alla massiccia campagna pubblicitaria e di lobbying lanciata da Mountain View contro l'approvazione della nuova direttiva Ue sul diritto d'autore sul web. Questo provvedimento punta a imporre remunerazioni più adeguate per i produttori di contenuti informativi, audiovisivi, artistici, musicali e culturali. L'allarme è partito dopo che è stata cancellata in extremis la riunione di ieri del negoziato del cosiddetto «trilogo» — Consiglio dei governi, Parlamento europeo e Commissione europea, guidata da Jean-Claude Juncker (foto) — che deve definire il testo finale della direttiva sul diritto d'autore su Internet approvato dagli eurodeputati. Gli editori europei dei giornali temono che le multinazionali Usa del digitale siano impegnate a far slittare tutto a dopo le elezioni Ue di maggio, cioè alla prossima legislatura. «Chiediamo alle istituzioni europee di non perdere tempo prima di programmare una nuova discussione sulla direttiva sul Copyright nel mercato unico digitale», hanno protestato. Un mancato accordo potrebbe imporre di ripartire da capo nella Camera Ue, qualora il voto di maggio facesse emergere una maggioranza diversa da quella attuale, guidata da popolari, socialisti e liberali. Ieri nel frattempo le autorità francesi hanno imposto a Google una multa da 50 milioni di euro, la cifra più alta da quando è entrata in vigore la nuova regolamentazione europea sulla privacy. L'accusa è di non avere fatto abbastanza per ottenere un consenso valido degli utenti sulla raccolta di dati personali per pubblicità personalizzate.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Protezione dati, la Francia infligge maximulta a Google

**Nuovo nulla di fatto  
per la riforma europea  
del diritto d'autore,  
annullato il trilatero  
in programma ieri**

## OBBLIGHI VIOLATI

**Applicata la nuova  
normativa Ue, la società  
dovrà pagare 50 milioni**

### Beda Romano

*Dal nostro corrispondente*

BRUXELLES

Le autorità francesi hanno comminato ieri una multa di 50 milioni a Google, rimproverata di non proteggere a sufficienza i dati personali dei propri utenti. La misura è giunta mentre a livello comunitario rimane in alto mare la riforma del diritto d'autore. Un incontro tra Parlamento, Consiglio e Commissione (un cosiddetto trilatero) doveva tenersi ieri sera qui a Bruxelles, ma è stato annullato in mancanza di una posizione negoziale da parte dei Ventotto.

Da Parigi, la Commissione nazionale dell'informativa e delle libertà (nota con l'acronimo Cnil) ha spiegato che la società americana non informa l'utente in modo sufficientemente «chiaro e comprensibile» dell'uso che farà dei dati personali. È la prima volta che un'autorità nazionale utilizza la normativa europea per sanzionare una società informatica. Tra le altre cose, la Cnil ha rimproverato a Google di pre-autorizzare l'uso dei dati personali in vista di pubblicità personalizzate.

La misura francese giunge mentre ieri è stato annullato un trilatero tutto dedicato alla riforma del diritto d'autore. «Prendiamo nota che il Consiglio ha bisogno di maggiore tempo per finalizzare la propria posizione», ha detto il portavoce della Commissione europea Margaritis

Schinas. «Il nostro obiettivo è trovare un accordo il più velocemente possibile». Il progetto di riforma deve servire a modernizzare il diritto d'autore nell'era digitale.

Il trilatero è stato cancellato dopo cinque infruttuose riunioni l'anno scorso. A livello diplomatico, i 28 si sono bloccati su due articoli. L'articolo 13 prevede che piattaforme di condivisione di filmati, come YouTube, retribuiscono i creatori di video. Alcuni Paesi, tra cui Germania e Olanda, vorrebbero esentare le imprese con un giro d'affari inferiore a 20 milioni di euro. Dal canto suo, Roma chiede soprattutto regole più precise e chiare sui diritti d'autore.

L'articolo 11, invece, prevede che le case editrici, le agenzie di stampa o i giornali possano essere remunerati dalle società di distribuzione di notizie, come Google News, o le reti sociali, come Facebook. Alcuni Paesi vorrebbero escludere dal pagamento del diritto d'autore il link; altri anche l'estratto dello stesso articolo. Su quest'ultimo aspetto, i Paesi membri discutono della sua lunghezza (più o meno di 300 parole?) e anche del contenuto (un pezzo di pura cronaca deve essere escluso o meno?).

In attesa di un accordo nel Consiglio, non è ancora stata fissata la data per un nuovo trilatero. Una volta raggiunta una intesa a tre, sarà necessario un voto del Parlamento, la cui ultima sessione plenaria prima delle elezioni europee del 23-26 maggio è prevista in aprile. A luglio l'assemblea aveva bocciato una prima riforma. Successivamente, a settembre, ha approvato a larga maggioranza la propria posizione negoziale su un nuovo testo, ora discusso dal Consiglio in vista del trilatero.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# «Google viola la privacy» maxi multa da 50 milioni

**L'AUTORITÀ FRANCESE  
SANZIONA IL COLOSSO  
ACCUSATO DI NON  
INFORMARE GLI UTENTI  
SULL'UTILIZZO  
DEI DATI PERSONALI**

## IL CASO

**PARIGI** Google non dice agli utenti che fine fanno i loro dati personali. O se lo dice, lo nasconde dietro troppi clic. Il verdetto è dunque: colpevole. E la pena: 50 milioni di euro. La multa – la prima dopo l'entrata in vigore delle nuove regole europee in materia di protezione dei dati personali – è stata decisa dalla Commissione nazionale dell'informatica e delle libertà (Cnil) il gendarme francese della privacy. Mai la Cnil aveva punito un'impresa con una sanzione tanto alta. Il verdetto è arrivato alla fine di un'istruzione cominciata nel maggio 2018 su denuncia di due associazioni, None of your business e la Quadrature du net. Nella sua inchiesta, la Cnil si è calata nei panni di un nuovo utente di smartphone Android (il sistema operativo di Google usato da diversi marchi quali Samsung, Huawei o Htc). Per usare il suo nuovo telefono, o il suo nuovo tablet, lo sprovvedito utente dovrà in particolare disporre di un conto Google, o aprirne uno nuovo per l'occa-

sione, e configurarlo con tutti i suoi dati. E' qui che scatta la "trappola" sanzionata duramente dalla Cnil. "Google informa – ha dichiarato all'agenzia France Press il direttore della protezione dei diritti e delle sanzioni alla Cnil, Matthias Moulin – Ma l'informazione non è facilmente accessibile: è disseminata in documenti diversi. Servono anche fino a cinque clic per accedere a una singola informazione" e sapere così che fine fanno i propri dati, chi li vede, chi li usa, se vengono sfruttati a fini pubblicitari mirati. Secondo la Cnil, Google non fornisce «un'informazione chiara e comprensibile e le mancanze privano gli utenti di garanzie

fondamentali sul trattamento di dati che possono rivelare interi pezzi della loro vita privata». Le associazioni all'origine della denuncia sono soddisfatte ma sperano che sia soltanto un primo passo e puntano alle pubblicità mirate su Youtube, Gmail e Google Search. Da Google invece il profilo è per ora basso. Potrebbero decidere un ricorso passando attraverso il Consiglio di Stato, ma un portavoce assicura che all'azienda sta a cuore soprattutto rispondere agli utenti che «vogliono standard elevati di trasparenza e controllo da parte nostra».

**Francesca Pierantozzi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La sede di Google

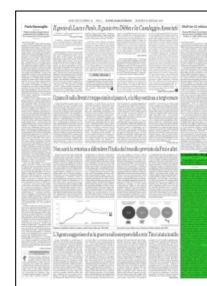


## La maximulta a Google

### Il copyright Ue non decolla e le aziende digitali festeggiano ma dalla Francia arriva una batosta pesante

Milano. L'autorità francese per la privacy ha comminato ieri una multa record di 50 milioni di euro a Google per una violazione del regolamento europeo sulla protezione dei dati (Gdpr). La multa costituisce un primato non soltanto per il suo ammontare, ma anche perché è il primo caso di utilizzo tanto in grande del Gdpr, la legge molto acclamata approvata dall'Unione europea lo scorso maggio per difendere la privacy dei suoi cittadini. L'autorità francese (Cnil) sostiene che Google abbia violato il Gdpr con il suo sistema operativo Android, in due differenti ambiti: anzitutto, l'azienda non sarebbe stata sufficientemente trasparente con gli utenti sui suoi servizi di personalizzazione delle inserzioni e di trattamento dei dati personali. Alcune informazioni essenziali su come i dati degli utenti sono trattate sarebbero difficili da trovare e spiegate con linguaggio volutamente poco chiaro, dice l'autorità. In secondo luogo, dice il Cnil, quando un utente imposta un nuovo smartphone Android Google spinge l'utente a creare un account, fa "consent building" (spinge surrettiziamente a dare l'assenso ad alcune condizioni) e rende alcune opzioni sugli annunci personalizzati attive di default (non dovrebbero esserlo). Insomma, l'autorità francese sostiene che Google è troppo poco trasparente e troppo insistente nel chiedere ai cittadini europei di usare in maniera lucrosa i loro dati, e questo secondo il Gdpr è illegale. La sentenza è potenzialmente enorme, perché le tecniche usate da Google sono standard in tutta l'industria, e questo potrebbe provocare una reazione a catena: la decisione del Cnil nasce dalla denuncia di due associazioni (None Of Your Business e La Quadrature du Net) che hanno coinvolto anche Facebook, e se possibile la trasparenza del social network in questi ambiti è inferiore. Google ha emesso un comunicato in cui si legge che l'azienda intende rispettare gli standard del Gdpr e sta "studiando la decisione per decidere i passi successivi".

La multa arriva dopo giornate in cui Google, in sede europea, ha avuto ragione di festeggiare. Durante il fine settimana la Romania, paese che ha la presidenza di turno dell'Ue, ha cancellato il Trilogo previsto per ieri, vale a dire l'ultimo negoziato multilaterale sulla direttiva sul copyright, la norma fortemente osteggiata dalle piattaforme che avrebbe applicato al mondo digitale alcune delle regole di rispetto del diritto d'autore già presenti nell'editoria, nella musica e nell'audiovisivo. Alcuni paesi, tra cui Italia e Germania, hanno negato il loro appoggio alla mediazione della Romania, che ha rimandato il tutto a nuovi negoziati. Ma con il Parlamento Ue ormai in scadenza, è difficile immaginare che questi negoziati si terranno in tempi brevi, e molti ritengono che la direttiva ormai sia arrivata a un punto morto. (ec)

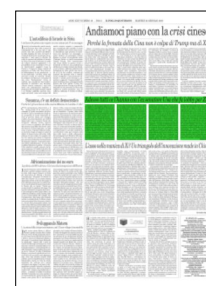


# Adesso tutti ce l'hanno con l'ex senatore Usa che fa lobby per Zte

Roma. Joe Lieberman è tutto ciò che c'è di sbagliato a Washington, titolava la scorsa settimana Paste Magazine. Perché mentre lo scontro tra America e Cina si fa più delicato e imprevedibile, e sempre più governi riflettono sull'opportunità di entrare in collaborazioni troppo strette con i colossi cinesi delle telecomunicazioni come Huawei e Zte per motivi di sicurezza, uno dei politici più in vista del Campidoglio americano, l'ex candidato alla vicepresidenza del Partito democratico Joe Lieberman, ora indipendente, si è registrato come lobbista per conto di Zte. In un'intervista a Politico del dicembre scorso, quando è uscita la notizia, Lieberman ha detto che "ci sono ovviamente preoccupazioni sulla sicurezza dei loro prodotti o su come i loro prodotti potrebbero essere usati per compromettere la sicurezza", ma che Zte ha deciso "di anticipare le preoccupazioni americane e di prepararsi a rispondere", usando uno degli uomini più conosciuti e in vista di Washington. Lieberman per ora si difende dicendo che non farà tecnicamente lobby, ma cercherà di "fare domande" e spiegare ai funzionari cinesi dove sbagliano, e dove possono migliorare. Ma non è un caso se proprio lui fosse uno dei quattro candidati per la direzione dell'Fbi nel 2017, subito dopo il siluramento di James Comey. Non solo. come hanno riportato vari media americani, Lieberman è lo stesso uomo che nel 2010 aveva firmato una lettera bipartisan presentata alla commissione per le Comunicazioni in cui si leggeva: "Siamo preoccupati dal fatto che società come Huawei e Zte siano finanziate dal governo cinese e siano potenzialmente soggette a una significativa influenza da parte dell'esercito cinese che potrebbe avere l'opportunità di manipolare switch, router

o software all'interno della rete di telecomunicazioni americana". Di conseguenza, "le comunicazioni potrebbero essere interrotte, intercettate, manomesse o intenzionalmente sbagliate. Ciò rappresenterebbe una vera minaccia per la nostra sicurezza nazionale". E' soprattutto l'incoerenza l'argomento che viene sollevato contro l'ex senatore Lieberman, e naturalmente il peccato originale del lavoro di lobbista, "il mestiere più popolare tra gli ex membri del Congresso" secondo la definizione di Russell Berman sull'Atlantic. In Italia l'abbiamo imparato forse solo guardando le serie tv, quanto le aziende (anche quelle cinesi) siano disposte a pagare per disporre della giusta influenza dove serve. Ma non c'è solo Lieberman nel flip flop di interessi e di strategie americane nei confronti delle aziende cinesi. Nel 2018 il governo degli Stati Uniti era passato all'azione contro quelle che riteneva più pericolose: il dipartimento del Commercio aveva prima vietato a Zte di fare affari su suolo americano, ufficialmente per aver violato le sanzioni americane contro paesi come l'Iran e la Corea del nord. Zte aveva subito un colpo durissimo, ma poi era intervenuto il presidente Trump, che dopo una discussione con l'omologo cinese Xi Jinping aveva detto che era pronto un accordo anche sulla compagnia delle telecomunicazioni. Nel frattempo, secondo Politico, Zte aveva assunto il prestigioso studio Hogan Lovells e investito almeno 2 milioni di dollari nel 2018 per fronteggiare la cattiva reputazione. La scorsa settimana, un gruppo bipartisan ha presentato una proposta di legge che dovrebbe bandire tutte le forniture americane a Huawei e Zte: il ministero degli Esteri cinese l'ha definita "un'isteria collettiva".

**Giulia Pompili**



## L'asso nella manica di Xi? Un triangolo dell'innovazione made in China

Roma. Benvenuti a Xiong'an New Area, la nuova megalopoli voluta dal presidente cinese Xi Jinping. Un mastodontico progetto di integrazione urbana annunciato due anni fa dal governo e di cui oggi si comincia a intravedere l'importanza, nell'ambito della strategia a lungo termine cinese per lo sviluppo e la crescita economica. La Xiong'an New Area, che si trova a un centinaio di chilometri a sud di Pechino ed entrerà a pieno regime entro il 2035, trasformerà quel triangolo geografico rappresentato dalle tre città più importanti dell'area, Pechino-Tianjin-Shijiazhuang, capoluogo della provincia dell'Hebei, in un luogo cruciale per lo sviluppo mondiale (non è un caso se a Tianjin si tiene ogni anno il forum estivo di Davos) ma anche un serbatoio di affari e rilancio economico per la Cina. Questo triangolo d'oro si chiama Jing-Jin-Ji, le rispettive abbreviazioni di Pechino, Tianjin e dell'Hebei. Per Xi Jinping quella in atto nella provincia settentrionale dell'Hebei è "una strategia che avrà un'importanza cruciale per il millennio a venire". Più di ogni altra cosa, scrive il Quotidiano del Popolo, Xiong'an sarà il centro integrato di innovazione che accelererà la corsa cinese al predominio nelle nuove tecnologie. "Abbiamo il coraggio di innovare e dobbiamo compiere maggiori sforzi per promuovere lo sviluppo coordinato dell'area", ha detto il presidente cinese mentre ispezionava, nei giorni scorsi, la nuova Zona economica speciale (Zes), che si estende per duemila chilometri quadrati. Un'area che potrà ospitare una popolazione di circa 2,5 milioni di abitanti e che, data la sua importanza strategica, beneficia quasi esclusivamente di fondi pubblici. L'obiettivo del governo, però, è quello di attrarre qui vari tipi di impresa. A inizio gennaio è stato approvato il piano strategico di sviluppo, secondo il quale la nuova area di Xiong'an assumerà "un ruolo guida" per quanto riguarda lo sviluppo di infrastrutture smart. Non solo collegamenti ferroviari, quindi, ma intelligenza artificiale, tecnologia blockchain e internet delle cose. E naturalmente la tecnologia 5G: China Mobile, China Unicom e China Telecom hanno già firmato per produrre test nell'area, quest'ultima, in particolare, in partnership con Zte. Quando è stata annunciata, nell'aprile del 2017, l'agenzia di stampa statale cinese Xinhua ha definito la creazione della Xiong'an New Area "una decisione storica e strategica da parte del Comitato centrale del Partito comunista cinese (Pcc) con il compagno Xi Jinping al suo centro". E non è privo di significato il tempismo con cui Xi ha scelto il nuovo polo tecnologico come mèta della prima missione nazionale dell'anno. Qui siamo nel cuore della megalopoli del futuro, concepita per coordinare la crescita ma anche per allentare la pressione demografica sulla capitale cinese: Pechino e Shanghai sono le megalopoli "malate", secondo la stampa ufficiale cinese, per via della sovrappopolazione, e il "piano radicale" per ridurla punta a limitare la popolazione poco oltre i venti milioni ciascuna.

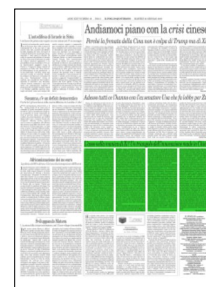
Non è la prima volta che la Cina costruisce zone economiche speciali dal nulla, per spostare persone e creare aree di eccellenza. Il primo esperimento risale agli anni Ottanta

del secolo scorso, ed è quello di Shenzhen: l'ormai famoso ex villaggio di pescatori trasformato in hub dell'innovazione tecnologica, situato sulla costa meridionale della provincia del Guangdong. E' qui che sono nati i due colossi delle telecomunicazioni, Huawei e Zte. Il secondo è la Nuova area di Pudong, a Shanghai, nata negli anni Novanta. Xiong'an è il terzo esperimento di questo tipo.

Il 17 gennaio scorso, quando Xi è arrivato nell'Hebei (poco prima di toccare anche l'altra punta del triangolo "d'oro", Tianjin) i media internazionali erano di nuovo tornati a parlare del caso Huawei. Una pressione mediatica che aveva spinto il fondatore, Ren Zhengfei, a rompere il silenzio con la prima intervista sin dall'arresto in Canada su mandato dell'America della figlia, Meng Wanzhou, direttrice finanziaria del gruppo. Oltre all'importanza strategica di una visita del presidente, c'è di più. I dati sulla crescita cinese nell'anno che si appena concluso registrano un rallentamento, che era atteso anche in Cina, ma i programmi di innovazione del piano di sviluppo Made in China 2025, per ora, non sembra subiranno alcuna modifica: l'obiettivo ultimo della strategia di Pechino va oltre la modernizzazione dell'apparato industriale. Il Partito, con Xi al timone, vuole raggiungere l'obiettivo di una società "moderatamente prospera" entro il 2021, centenario della fondazione del Pcc, e portare la Cina a riconquistare una posizione di primato globale entro il 2049 - l'altro centenario, quella della fondazione della Repubblica popolare.

"Attraversare il fiume tastando le pietre", diceva Deng Xiaoping. Questa volta si parte dal Nord. Entro 16 anni, recitano i dieci capitoli del piano generale dell'area, Xiong'an sarà diventata una megalopoli "verde, intelligente, sostenibile", vanterà una "efficientissima rete di trasporti" - a partire dalla ferrovia interurbana Pechino-Xiong'an - e sarà "in armonia con l'ambiente", come prevede la politica di sviluppo green del governo centrale. Alla fine della sua visita nell'area, Xi ha fatto tappa nel parco tecnologico di Binhai-Zhongguancun, a Tianjin, dove ha ribadito l'urgenza della Cina di puntare all'innovazione indipendente. Il sogno di "rinascita nazionale" è anche questo: promuovere uno sviluppo di alta qualità e sostituire i vecchi driver di crescita con quelli nuovi. Così, mentre la Casa Bianca sembra non avere una linea unica e coerente con la Cina, Pechino ha già pronto un nuovo motore a sostegno dell'economia. Le porte sono aperte a tutti, aziende statali, private e straniere - promette Xi. Nei giorni scorsi un altro tycoon, Jack Ma del colosso Alibaba, ha detto a un forum di imprenditori a Shanghai che il 2019 non sarà solo un anno di sfide, ma anche di opportunità. Per giocare bene, la Cina ha tre carte vincenti: la potenza demografica (pur vivendo una preoccupante crisi di natalità, per ora la popolazione cinese resta quattro volte quella degli Stati Uniti, con una classe media sempre più ricca); una capacità di pianificazione pressoché unica al mondo; gli investimenti - massicci e internazionali - in infrastrutture mastodontiche come la Belt and Road.

Alessandra Spalletta



# Tim, Elliott vuole la rete unica

## Il dossier sul tavolo di Gubitosi

### DOPO L'AGCOM

**Il fondo Usa incalza il cda: «Proceda senza indugi a separare l'infrastruttura»**

**Sindacati contro l'ipotesi di scorporo, il titolo scende ai minimi da cinque anni**

#### Antonella Olivieri

Torna alla ribalta il tema della rete Telecom, ma il mercato non la prende bene con il titolo che piomba ai livelli minimi degli ultimi cinque anni, in ulteriore arretramento del 2,62% a 0,4757 euro, per una capitalizzazione delle ordinarie pari ad appena 7,2 miliardi. Nel fine settimana l'Agcom è uscita con la valutazione che la separazione della rete d'accesso di Telecom in una società ad hoc, interamente controllata, non modifichi il profilo di operatore con "significativo potere di mercato". Benefici regolamentari ex ante non sono ipotizzabili, confermando la conclusione raggiunta cinque anni fa quando il progetto di scorporo fu archiviato. Lo schema sarà sottoposto a consultazione pubblica - vale a dire che sarà sottoposto anche al giudizio degli altri operatori - per 45 giorni e la decisione finale dell'Authority delle comunicazioni arriverà nei prossimi mesi. Il 21 febbraio però - quando l'iter regolamentare non si sarà ancora concluso - l'ad Luigi Gubitosi dovrà presentare il piano industriale in cda ed è dubbio se possa lasciare il punto di domanda su un tema centrale come quello della rete (secondo alcune indicazioni, il piano potrebbe puntare ad altre dismissioni: Inwit, Sparkle e

Persidera).

Elliott spinge per la separazione della rete e la creazione di una rete unica: all'assemblea di fine marzo vuole presentarsi con una proposta del "suo" consiglio, coerente con il suo manifesto attivista. Il nodo è il controllo della società della rete: se mantenuto in capo all'incumbent, non sono sfruttabili i vantaggi regolamentari contemplati per i gruppi non verticalmente integrati. Ma privarsi della rete per avere i benefici regolamentari sarebbe come privarsi di un braccio per avere l'anello. Ad ogni modo un portavoce del fondo di Paul Singer ha sottolineato come la posizione dell'Agcom «confermi che il progetto di Vivendi di mantenere l'intero capitale di NetCo in Tim non solo non crea valore per gli azionisti, ma è considerata insufficiente dalla stessa Autorità anche per un cambiamento del quadro regolatorio. I recenti risultati finanziari e la decisione di Agcom evidenziano che le decisioni del precedente cda sotto il controllo di Vivendi, motivate da presunte ragioni industriali, hanno avuto come risultato un anno di distruzione di valore e di tempo perso a spese di Tim, dei suoi azionisti, e dell'intero Paese». «Elliott - ha concluso il portavoce - ritiene che l'attuale cda di Tim debba intraprendere senza ulteriori ritardi i passi necessari per la creazione e la separazione di una rete unica, che possa creare valore per l'azienda e i suoi dipendenti, per gli azionisti e per il sistema Paese».

Vivendi non ha voluto commentare, nessuna reazione da Telecom, silente Cdp - che ha quasi il 5% di Telecom e il 50% di Open Fiber -, e latitante il Governo, come denunciano i sindacati, preoccupati per il crollo del

titolo - che espone il fianco a incursioni - e per la revisione al ribasso delle stime sui conti. «Il Governo è latitante e non chiarisce la sua strategia industriale in tema di reti. Così si rischiano 15-20mila esuberanti», dicono le sigle sindacali. Per Fabrizio Solari, segretario della Slc Cgil, «c'è una drammatica sottovalutazione», mentre «Tim continua a non avere nessun elemento di stabilizzazione reale e i conti cominciano a dare segnali di ripiegamento pesante». «L'azienda - prosegue Solari - deve scegliere se imboccare la strada di un piano condiviso con il sindacato e con chi ci lavora o se scegliere di fare un'operazione che ha altri referenti, in particolare quelli finanziari». «Elliott pensa solo al ritorno del suo investimento e non alle prospettive industriali di Tim. Non mi stupisce che voglia la separazione della rete: noi la pensiamo in maniera opposta», rincara la dose il segretario nazionale Slc Cgil, Marco Del Cimmuto. Spaccare in due il gruppo, secondo il sindacalista, significherebbe privare il Paese dell'azienda leader delle tlc. Per il segretario generale della Uilcom, Salvo Uglierolo, la posizione dell'Agcom «conferma che l'azienda non va spaccata. Sbaglia Elliott a continuare a spingere verso questa direzione. Telecom ha bisogno di capitali da investire nel medio termine, di una governance solida e di chiarimenti dal Governo sul futuro della rete».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Tim, Elliott rilancia sulla rete unica «Presto un tavolo con Open Fiber»

**FONTI DEL FONDO USA SOLLECITANO UN'INIZIATIVA COMUNE PER PROCEDERE ALLA FUSIONE TRA LE DUE SOCIETÀ**

## IL DUELLO

MILANO Elliott rilancia la rete unica facendosi promotore della convocazione di un tavolo tra Tim e Open Fiber. Lo fanno sapere a *Radiocor* fonti vicine al fondo Usa, azionista con l'8,8% di Tim, che ha la maggioranza in consiglio. Dopo l'analisi dell'Agcom, che non ha riconosciuto un dividendo regolatorio a Tim legato al progetto di separazione solo societaria e non proprietaria della rete, le fonti di Elliott chiariscono che occorre organizzare un'iniziativa «con la presenza anche di Cdp (che possiede il 50% di Open Fiber ed è anche azionista di Tim col 4,2%), dell'altro azionista di Open Fiber, cioè Enel, e degli altri attori rilevanti». Viene ricordato che questo tavolo dovrebbe essere convocato «avendo come riferimento la norma proposta dal governo e approvata dal Parlamento» che prevede l'ipotesi di utilizzo della Rab (regulatory asset base), in caso di creazione di una rete unica tra Tim e Open Fiber. Elliott, dal canto suo, già nel documento *Transforming Tim* presentato prima delle assemblee di aprile 2018 che segnarono il ribaltone, sosteneva che la competizione infrastrutturale tra Tim e Open Fiber fosse insostenibile. E propugnava l'ipotesi di cessione di parte o del controllo della rete di Telecom. Adesso, tramite il suo por-

tavoce, ha sottolineato che «l'attuale cda di Tim debba intraprendere senza ulteriori ritardi i passi necessari per la creazione e la separazione di una rete unica, che possa creare valore per l'azienda e i suoi dipendenti, per gli azionisti e per il sistema Paese».

L'uscita di Elliott avviene nella seconda seduta consecutiva molto pesante per Tim in Piazza Affari, con il titolo crollato ai minimi da oltre cinque anni e con una capitalizzazione sotto i 10 miliardi: le azioni, sotto una forte corrente di vendite per l'intera seduta, ha chiuso in calo al 2,6% a 0,47 euro. Dopo l'annunciata revisione delle stime sui conti, Tim aveva già perso il 7% venerdì 18. Il gruppo di tlc, che ha incassato dall'Agcom la bocciatura del progetto di separazione della rete messo a punto dall'ex amministratore delegato Amos Genish, è da oltre un anno prigioniero dello scontro tra i suoi azionisti forti, la media company Vivendi e il fondo Elliott.

In mattina Elliott aveva già anticipato che «la decisione di Agcom conferma che il progetto di Vivendi di mantenere l'intero capitale di NetCo in Tim non solo non crea valore per gli azionisti, ma è considerata insufficiente anche per un cambiamento del quadro regolatorio» ed Elliott, dichiara un portavoce, «ritiene che l'attuale cda debba intraprendere senza ulteriori ritardi i passi necessari per la creazione e la separazione di una rete unica, che possa creare valore per l'azienda e i suoi dipendenti, per gli azionisti e per il sistema Paese».

**A. Fons.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'amministratore delegato di Tim Luigi Gubitosi

