

## Rassegna del 23/05/2018

\*\*\*

<b>Sole 24 Ore</b>	<b>15</b> Intelligenza artificiale frontiera e-commerce	<i>Gi.M.</i>	<b>1</b>
<b>Repubblica Lab</b>	<b>1</b> La rivoluzione del portafoglio, salderemo il conto con un selfie - Pagheremo con un selfie - E per saldare il conto faremo un sorriso	<i>De Vito Luca</i>	<b>2</b>
<b>Repubblica</b>	<b>24</b> Nell'industria dei dischi torna il suono dei soldi	<i>Livini Ettore</i>	<b>6</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>35</b> Sussurri & Grida - Amazon, più soldi ai lavoratori di Castel San Giovanni	<i>F.Sav.</i>	<b>8</b>
<b>Repubblica</b>	<b>22</b> Il punto - Amazon consegna anche diritti	<i>Patucchi Marco</i>	<b>9</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>12</b> Amazon, accordo con i sindacati su domenica e turni - Amazon, intesa su domeniche e turni	<i>Biondi Andrea</i>	<b>10</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>25</b> Parterre - Amazon chiude l'account ai clienti dalle troppe rese	<i>R.Fi.</i>	<b>11</b>
<b>Giornale</b>	<b>25</b> Amazon fa pace coi dipendenti	...	<b>12</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>6</b> Datagate. Le scuse di Zuckerberg al Parlamento europeo - Il «mea culpa» di Zuckerberg non basta all'Europarlamento	<i>Romano Beda</i>	<b>13</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>6</b> L'analisi - La svolta culturale di Facebook sul rispetto del diritto alla privacy	<i>De Biase Luca</i>	<b>14</b>
<b>Repubblica</b>	<b>10</b> Intervista ad Evgenij Morozov - "Ma si tratta solo di operazioni di facciata Priva di visione anche l'Ue"	<i>D'Alessandro Jaime</i>	<b>15</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>21</b> Il diritto alla libertà passa per la protezione dei dati	<i>Finocchiaro Giusella</i>	<b>16</b>
<b>Mf</b>	<b>7</b> Negli Usa lo streaming video vale 15 miliardi	<i>Corvi Ester</i>	<b>17</b>
<b>Messaggero</b>	<b>19</b> Open Gate Italia Il mercato nazionale dei servizi smart vale 3,2 miliardi	...	<b>18</b>
<b>Repubblica</b>	<b>25</b> AgCom incontra Conti e Genish riavviato il dialogo	...	<b>19</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>24</b> Tim, tris di legali contro la multa	<i>Olivieri Antonella</i>	<b>20</b>
<b>La Verita'</b>	<b>17</b> Più cari telefoni fissi e linee Internet - Aumenti per Internet e linee fisse Fino a tre euro in più al mese	<i>Merico Chiara</i>	<b>22</b>
<b>Il Fatto Quotidiano</b>	<b>16</b> Tim: fondi pubblici e 2200 a spasso (senza dire "crisi") - Tim si abbellisce il bilancio con l'aiuto pubblico: cassa integrazione ma senza crisi	<i>Pavesi Fabio</i>	<b>24</b>
<b>Il Fatto Quotidiano</b>	<b>17</b> Iliad, lo sbarco in Italia aiuta gli utenti e spaventa il settore	<i>Capozzi Fiorina</i>	<b>27</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>36</b> Web tax, via alla consultazione	<i>Rizzi Matteo</i>	<b>29</b>

**Il caso.** La start up Predixit

# Intelligenza artificiale frontiera e-commerce

**COME FUNZIONA**

Un sistema basato su otto algoritmi profila i clienti e permette di personalizzare le pagine dei siti, ma anche le offerte promozionali

MILANO

■ L'intelligenza artificiale applicata all'e-commerce, per creare offerte il più possibile personalizzate ed efficaci. In modo da evitare l'effetto "stalking" che fa scappare anziché avvicinare i potenziali clienti, ma anche l'invio di proposte inutili o inadatte al profilo del consumatore.

Il metodo, sviluppato e brevettato dalla start up italiana Predixit a partire dal 2014, si basa su otto algoritmi che permettono di profilare l'utente in base alla sua geolocalizzazione, sesso, età, abitudini e gusti, tracciando e analizzando lo storico delle sue azioni su un determinato sito (quali pagine ha visitato, quali prodotti ha guardato o messo nel carrello, quali vendite ha finalizzato...).

«Applichiamo l'intelligenza artificiale ai siti dei clienti, in genere agenzie digitali, piccole imprese, start up e store manager - spiega Luca Ruju, ceo e fondatore di Predixit, tre anni fa, assieme a Elio Narciso e Jacopo Sarri -. Tracciamo il cliente, lo profiliamo e facciamo un'analisi predittiva su quello che può interessarlo. In questo modo possiamo personalizzare aspetto e contenuto dei siti, che appariranno differenti a seconda dell'utente che si collega e perciò più efficaci». Perché il sito web di un'azienda è come la vetrina di un negozio: va cambiato e aggiornato con frequenza.

Oltre all'analisi predittiva e

alla personalizzazione dei contenuti, Predixit offre anche la gestione delle promozioni, anche questa *tailor made*. «Siamo contrari alla logica del Black Friday - continua Ruju - perché premia non i clienti migliori di un brand, ma quelli occasionali, e dunque non crea fidelizzazione. L'intelligenza artificiale permette di distinguere i clienti tra "occasional", "frequent" ed "eroi", creando per ciascuno di questi profili offerte ad hoc».

Predixit si propone dunque come un'alternativa ad Amazon e agli altri grandi marketplace: non che le aziende non debbano essere sulle principali piattaforme internazionali di e-commerce, anzi: quello che Ruju e i suoi soci suggeriscono è di avere anche un sito proprio di e-commerce, progettato per valorizzare il brand, la sua identità e il suo rapporto diretto con il consumatore, che sui marketplace si perde.

«Il nostro target sono agenzie digitali che progettano o gestiscono siti e-commerce», dice ancora il ceo di Predixit che, a oggi, ha contratti con dieci agenzie, ciascuna referente per 3-5 siti web di aziende. Di queste agenzie, una è spagnola, due sono brasiliane e una è britannica. «Guardiamo soprattutto all'estero - spiega Ruju - perché in Italia l'e-commerce è ancora troppo poco diffuso e dunque per noi il mercato non è redditizio».

A tre anni dalla fondazione (inserita nel percorso di accelerazione Tim WCap), Predixit conta su un team di sei persone e stima di chiudere il 2018 con circa 300 mila euro di fatturato.

**Gi.M.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**La spesa del futuro**

La rivoluzione del portafoglio, salderemo il conto con un selfie

LUCA DE VITO, nell'inserto

Tecnologia

**Pagheremo  
con un selfie**

Negozi senza casse, oggetti  
che fanno la spesa per noi:  
è la rivoluzione del portafoglio

di LUCA DE VITO

Scenari

**E per saldare  
il conto  
faremo un sorriso**

Già partiti i test che usano la biometria da applicare  
ai sistemi di pagamento. E in vista ci sono anche  
blockchain e cryptovalute. La sfida ai negozi continua

di LUCA DE VITO, infografica di MANUEL BORTOLETTI

*Sopra, il negozio Amazon Go  
nel centro di Seattle. È il primo  
completamente senza casse  
aperto dalla compagnia  
di Jeff Bezos*

**P**agare con il sorriso. Non è un crudele gioco di parole, ma l'esperimento, reale, di biometria applicato ai sistemi di pagamento che Mastercard sta testando con alcuni clienti europei: ci si scatta un selfie e il sistema riconosce i nostri tratti somatici, così da validare la transazione richiesta sul conto. Se il negozio di Amazon Go - dove non ci sono i cassieri e si paga la spesa direttamente tramite il proprio account - a qualcuno sembra già fantascienza, quello che ci aspetta in futuro va ben oltre. Avremo mille modi per "sborsare". Dagli oggetti che fanno la spesa al posto nostro alle chatbot che ci ordinano il pranzo e saldano il conto, fino al concetto di programmabilità dei pagamenti introdotto dalle cryptomonete. Il tutto con soldi veri o virtuali che siano, un elemento che non avrà più molta importanza.

Oggi l'innovazione passa ancora dallo smartphone. Gli ultimi servizi introdotti in Italia sono quelli di Apple Pay e Samsung Pay: senza bisogno di carte, per autorizzare ogni transazione basta autenticarsi - con pin, impronta digitale o scansione dell'iride - si avvicina il telefono al pos e il gioco è fatto. «Sono oltre 150 le banche per le quali Ne-

xi rende disponibile Samsung Pay, per un totale di 3,5 milioni di potenziali clienti - spiega Roberto Catanzaro, Business Development Director di Nexi - I mobile payments sono un elemento chiave per generare familiarità con i pagamenti digitali e un passaggio essenziale se vogliamo che la percentuale dei digital payments sul totale dei consumi delle famiglie nel nostro Paese passi dall'attuale 20 per cento al 40, che è il dato medio Europeo».

In Italia la diffidenza verso tutto ciò che riguarda la tecnologia e il denaro è ancora alta. Affezionati alle monete, forse. Sicuramente guardinghi sul versante sicurezza. «Siamo molto legati al contante e ai vecchi sistemi di pagamento - spiega Valeria Portale dell'Osservatorio Mobile Payment & Commerce del Politecnico di Milano - Seppure i digital payments siano cresciuti dell'11 per cento



nel 2017, i dati generali sono bassi. In Italia vengono transati 6,7 miliardi tramite sistemi mobile, poco rispetto ai 220 miliardi di euro di pagamenti digitali totali, pochissimi se messi a confronto con i consumi delle famiglie che sono 800 miliardi». Un muro di arretratezza su cui si cominciano ad aprire le prime crepe. A Milano ai tornelli della metropolitana capita spesso di vendere persone che pagano avvicinando lo smartphone e anche l'acquisto dei gratta e sosta per parcheggiare si può fare col telefonino. «Il pagamento di prossimità ci piace un po' di più - aggiunge Portale - perché il cellulare è sempre con noi, mentre i grattini per la sosta non si trovano mai». Crescono poi servizi offerti da privati, come ad esempio quello di Sisalpay che consente di saldare via app bollette, multe, abbonamenti, biglietti aerei e perfino ticket sanitari.

L'innovazione sta spalancando la porta a enormi cambiamenti per il modo di acquistare, sempre più improntato alla comodità. Una sfida di sopravvivenza per i piccoli negozianti: secondo l'analisi 2017 del World Economic Forum, dal 30 al 50 per cento dei negozi potrebbero rischiare di chiudere quando le tecnologie che spingono verso l'automazione (come quelle di Amazon Go) saranno largamente diffuse. «Il consumatore oggi ha la consapevolezza di ottenere ciò che vuole quando vuole - spiega Deborah Raccagni, docente di marketing alla Bocconi - è il paradosso del punto vendita: sempre più spesso il telefonino si usa per cercare informazioni sul prodotto che vedo in vetrina. E le cose cambieranno ancora, lo store potrebbe non essere più l'ultimo anello, ma un passaggio per far vivere un'esperienza al consumatore attraverso il punto vendita». L'altra faccia della medaglia però racconta di un commercio sempre più spersonalizzato e stressante: «L'innovazione ci semplifica la vita da un lato ma ce la complica dall'altro - dice Giampaolo Nuvolati, sociologo dell'università di Milano Bicocca - Non ci sono più commessi né intermediari

e una parte del lavoro che facevano questi adesso tocca all'utente. Se sbaglio un acquisto online è colpa mia. Questa spersonalizzazione è come se fosse uno specchio che ci mette di fronte a noi stessi, ci richiede competenze e maggiore attenzione. Comporta impegni, difficoltà e stress».

L'avanzata della tecnologia, in ogni caso, mantiene come obiettivo proprio quello di ridurre al minimo le perdite di tempo e le complicazioni per chi acquista, anche nella spesa di tutti i giorni. È il caso dei supermercati che lasciano agli utenti la possibilità di scansionare i prodotti con un lettore di codice a barre portatile per evitare le code in cassa. Ma ancora più innovative sono le prospettive per il "food delivery", le consegne a domicilio. L'Iot, ovvero l'internet delle cose, consente agli oggetti di parlare tra loro: sarà il frigorifero a ordinare e pagare la spesa al posto nostro quando il cibo scarseggia. E anche quando ci verrà voglia di pizza potrà essere sufficiente scriverlo in una chat. «Con l'intelligenza artificiale si stanno sviluppando esperimenti con cui si associano carte di credito alle chatbot - aggiunge Portale - così basterà scrivere "oggi ho voglia di sushi", per avere dopo qualche minuto il fattorino con il nostro pranzo che busa alla porta di casa».

L'orizzonte a lungo termine, ma probabilmente più dirompente, è quello della tecnologia blockchain e delle cryptovalute. Se è vero che ad oggi sono utilizzate pochissimo per le transazioni anche a causa delle forti oscillazioni del loro valore, portano con loro il tema chiave della programmabilità e tracciabilità dei pagamenti. «Pensiamo alla possibilità di associare alle monete virtuali degli "smart contracts", dei contratti - aggiunge Portale - posso immaginare che quando do la paghetta a mio figlio questa potrà prevedere che non venga spesa in posti specifici, ad esempio in tabaccheria. Oppure pensiamo all'elargizione del credito: il finanziatore dà i soldi con lo scopo di aprire un'attività commerciale, se poi scopre che sono stati usati per comprare una Porsche allora ecco che può bloccare la linea di credito».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**La novità**

**Un sorriso come password**



Quando si effettuano pagamenti online, ai clienti Mastercard viene chiesto di attivare un video live e di inquadrare il proprio volto. I connotati vengono confrontati con le immagini in possesso della società attraverso un software di riconoscimento facciale. Così le caratteristiche del volto sostituiscono la password

Durante questo procedimento il sistema richiede all'utente anche di sorridere o di strizzare l'occhio. In questo modo il software capisce che si tratta di una persona reale e non soltanto di una fotografia



La sperimentazione è stata fatta in 14 paesi del mondo tra cui Olanda, Stati Uniti, Canada, Brasile e Messico. Il servizio punta a eliminare l'obbligo di inserire (e quindi ricordare) password o combinazioni numeriche per effettuare pagamenti

**Come funziona Amazon Go**

Il negozio Amazon di Seattle non ha né casse né cassieri. Opera grazie alla tecnologia "just walk out"

**1 L'app/badge**

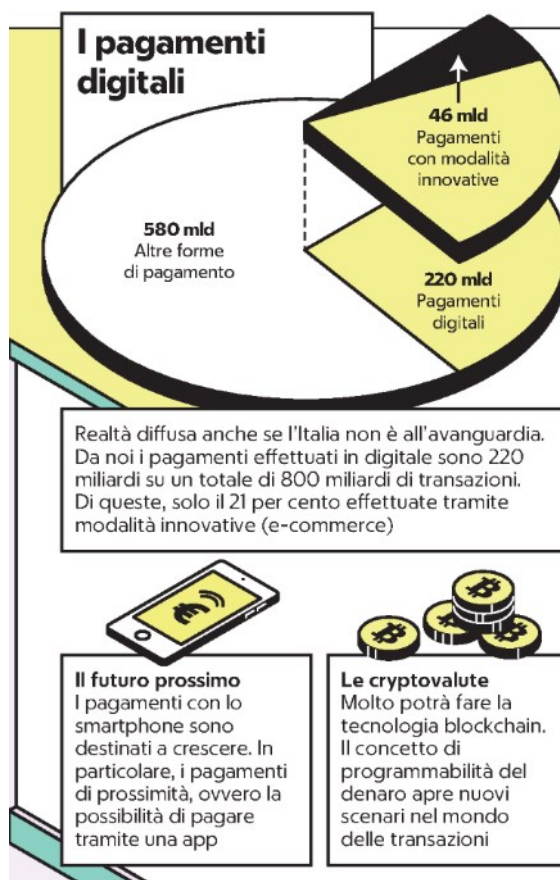
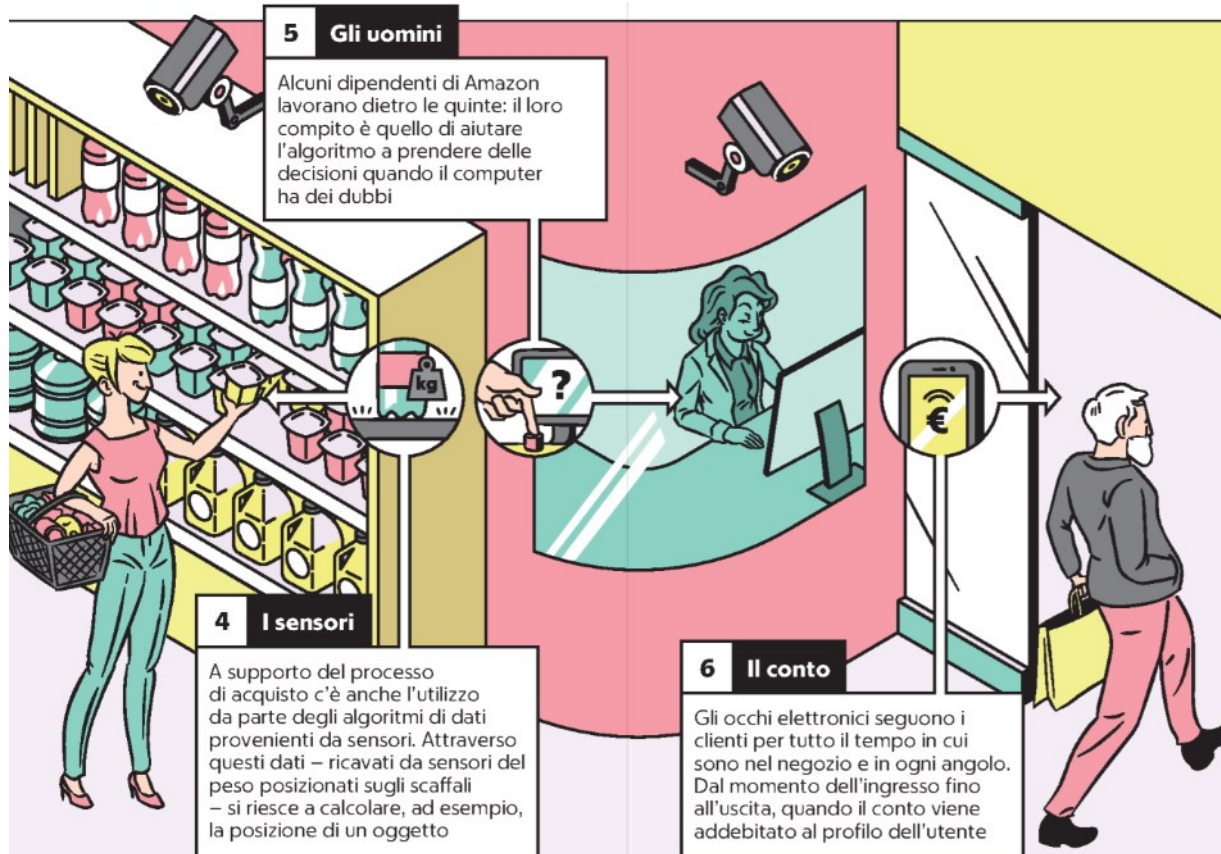
I clienti, dopo aver scaricato la app Amazon Go e averla avviata, entrano nel negozio passando lo smartphone su un sensore, come una specie di badge

**3 Il carrello**

Le telecamere riescono a inserire o togliere gli oggetti dal carrello virtuale in base a quello che gli utenti del negozio fanno (se prendono un oggetto e lo portano con sé o se dopo averlo preso lo rimettono a posto)

**2 Le telecamere**

Centinaia di telecamere sono piazzate all'interno del negozio. Sono dotate di visione artificiale (computer vision) che si basa sul deep learning: occhi elettronici in grado di riconoscere, come un umano, oggetti e acquirenti



# Nell'industria dei dischi torna il suono dei soldi

Con un blitz Sony ma è l'intero settore  
porta sotto il suo controllo il 90 % che fa gola  
ai big dell'hi-tech  
dell'etichetta Emi

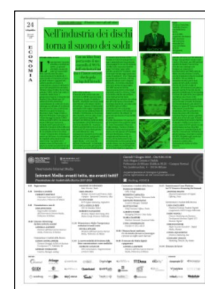
ETTORE LIVINI, MILANO

L'operazione-Lazzaro, alla fine, è andata in porto. Le grandi etichette musicali, date per spacciate fino a pochi anni fa causa concorrenza di Youtube & C., sono risorte. Il business cresce, gli utili volano e i giganti del settore media e hi-tech si contendono a suon di miliardi i pezzi più pregiati del mercato. Ultimo colpo, il blitz che ieri ha portato il 90% della Emi sotto il controllo della Sony. I giapponesi hanno comprato dal fondo di Abu Dhabi per 1,9 miliardi il 60% della Emi consolidando il controllo su un catalogo sconfinato di 4 milioni di canzoni tra cui la collezione Motown e quelle di Queen, Beyoncé, Lady Gaga, Drake e Pharrell Williams. Il gruppo di Tokyo ha oggi in mano il 90% della società (il 10% è in mano al trust di Michael Jackson), valutata nell'operazione 4,7 miliardi, il doppio della cifra cui è passata di mano solo sette anni fa. La scalata a Emi è il primo "colpo" di Kenichiro Yoshida, il nuovo ad di Sony: «Lo streaming ha regalato alla musica una nuova vita - ha detto ieri il numero uno dell'azienda - E grazie a questa acquisizione noi diventeremo uno dei maggiori editori del settore». Il mondo delle sette note sta vivendo in effetti una seconda giovinezza. Apple, Youtube e Spotify - destinate secondo molti osservatori a diventare i killer del settore - hanno rivitalizzato i cataloghi delle major regalando

loro una nuova inattesa fonte di entrate. E la finanza ne ha preso atto. Spotify, che ha visto i suoi ricavi esplodere dagli 1,09 miliardi del 2015 ai 4,09 del 2017, ha debuttato a Wall Street poco più di un mesetto fa - in piena bufera sui titoli hi-tech, con un rialzo del 15% nel primo giorno di contrattazioni e una valutazione monstre di circa 25 miliardi di dollari, malgrado i conti siano ancora in rosso. Apple Music - con i suoi 26 milioni di abbonati - è destinata a diventare secondo gli esperti del settore il primo distributore di musica americano entro l'estate. E il loro boom grazie a app e smartphone ha generato una pioggia d'oro su chi detiene i diritti sulle canzoni: Spotify paga 7,5 dollari ogni mille ascolti, Apple 12 e Youtube - che il mercato valuta oggi qualcosa come 75 miliardi - 1,5. L'ingresso in campo di Facebook, che sta siglando intese con le singole etichette - dovrebbe allargare ancora la torta dei guadagni. Nel 2017 secondo la Riia, l'associazione delle principali etichette a stelle e strisce, i due terzi delle entrate del settore sono stati generati dallo streaming con un balzo in valore del 43% sull'anno precedente. Goldman Sachs ha calcolato che nel 2030 il giro d'affari complessivo del comparto dovrebbe essere di 41 miliardi di dollari contro i 24 attuali, 14 generati dai dischi e 9 dai diritti d'autore. Il vento insomma è in poppa. E gli investitori che qualche anno fa - con il barometro fisso sul brutto tempo - hanno creduto

nel futuro della musica hanno deciso ora di passare all'incasso. Il fondo Mubadala, vista la congiuntura favorevole, ha deciso di monetizzare il suo investimento su Emi, girando la quota a Sony con un guadagno vicino al 100%. Il portafoglio di titoli di Bob Marley è appena passato di mano per 50 milioni, Songs - che gestisce nomi come Lorde e Weeknd, per 160 milioni mentre il fondo Concord ha rilevato un catalogo con Rodgers e i musical di Hemmerstein per 600 milioni. Miete record persino il vinile, con 14,2 milioni di dischi venduti nel 2017 (+9% sul 2016), il massimo storico pari a una quota del 14% delle vendite fisiche di dischi in tutto il mondo. All'incasso si prepara a passare anche Tencent, la più grande piattaforma di streaming in Cina che potrebbe raccogliere sul listino un prezzo di 25 miliardi. Una strada simile la sta percorrendo Vivendi, il gruppo di Vincent Bolloré, alle prese in Italia con i guai di Telecom Italia e Mediaset, si potrebbe consolare a breve quotando in Borsa un pezzo di Universal. Goldman Sachs valuta la gallina dalle uova d'oro di casa Vivendi ben 23 miliardi di dollari. Merito di un giro d'affari cresciuto lo scorso anno del 10% grazie a una performance a due velocità: ridotta per le vendite fisiche di dischi e i download, brillante per gli streaming, cresciuti in valore del 36%. Rispetto agli anni neri di inizio millennio per il business a sette note, decisamente tutta un'altra musica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





## Il ceo

A fianco, Kenichiro Yoshida, il nuovo ceo della Sony. Sotto, alcune delle copertine che hanno fatto la storia dell'etichetta musicale Emi, ora controllata al 90 % dal gigante di Tokyo

**Sussurri & Grida****Amazon, più soldi ai lavoratori di Castel San Giovanni**

(f. sav.) Non è un contratto integrativo, come i sindacati auspicavano, ma è comunque un buon risultato. Segna una prima ricomposizione nei rapporti tra Amazon Italia e i sindacati. A Castel San Giovanni, nel piacentino, dove il colosso della logistica ha il più grande centro distributivo del nostro Paese è stato raggiunto un accordo sperimentale, della durata di un anno, destinato a garantire una maggiore equità nella distribuzione dei carichi di lavoro, una piccola maggioranza — dal 15% dell'attuale contratto al 25% — per il lavoro notturno eseguito su base volontaria e una diversa organizzazione per quanto riguarda i fine settimana. Nei mesi scorsi sindacati e dipendenti del colosso dell'e-commerce avevano espresso rivendicazioni sfociate in due scioperi e in interventi istituzionali. Nel raggiungere l'intesa con l'azienda, si legge in una nota delle organizzazioni sindacali «siamo stati ispirati da principi di uguaglianza ed equità, superando l'obbligo dei turni notturni e dei turni pomeridiani, con un'organizzazione che garantirebbe una copertura lavorativa dei weekend simile per tutti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Il punto

AMAZON  
CONSEGNA  
ANCHE DIRITTI

Marco Patucchi

Finalmente un primo passo verso i diritti e le tutele del lavoro anche alla Amazon di Castel San Giovanni, nei dintorni di Piacenza, un capannone con scaffali alti come palazzi da dove il colosso americano del commercio elettronico smista ogni ben di dio.

I sindacati hanno firmato un accordo con l'azienda, che supera l'obbligo dei turni notturni e pomeridiani, e che salvaguarda il diritto al riposo nei giorni festivi. Una vera conquista nella logistica, lo stesso settore, per intenderci, dell'hub della Gls Italy (sempre nei dintorni di Piacenza) dove due anni fa un camion ha

schacciato la vita di Abd El Salam che partecipava al picchetto contro la mancata stabilizzazione dei lavoratori precari. Gli hub della logistica: mega-parcheggi di Tir, hangar giganteschi dove il lavoro dei magazzinieri è regolato da algoritmi, cuffie e tablet. L'accordo di Castel San Giovanni è anche una specie di riscatto dei tanto bistrattati sindacati, oltre a provare a risolvere il conflitto d'interessi di ciascuno di noi: perché quanto risparmiamo come consumatori dell'economia low cost, lo pagano in termini di diritti e dignità altri lavoratori come noi.



**Amazon, accordo con i sindacati su domenica e turni**

Pace fatta a Castel San Giovanni (Piacenza) tra Amazon e i sindacati. È stato infatti raggiunto un accordo tra le parti sui turni e sull'organizzazione del lavoro.

► pagina 12

**Contratti.** A Castel San Giovanni (Pc) primo accordo coi sindacati

# Amazon, intesa su domeniche e turni

**Andrea Biondi**

■ Pace fatta fra Amazon e sindacati a Castel San Giovanni. Non che siano state appianate tutte le divergenze che hanno portato a due scioperi nel sito del Piacentino, uno dei quali durante il Black Friday, fra i principali appuntamenti per il mondo dell'e-commerce. Ma pur non trattando della parte economica – contemplata invece nella piattaforma di secondo livello preparata dai sindacati nei mesi scorsi (sulla quale l'azienda ha opposto il nient) – l'accordo su turni e organizzazione del lavoro rappresenta un punto di svolta nei rapporti fra azienda e sindacati.

L'intesa – per 12 mesi dal 17 giugno con verifica dopo 4 mesi – varrà solo per i lavoratori di Castel San Giovanni. Ha ricevuto il placet del 67,4% dei votanti in un referendum fra i lavoratori e prevede il superamento dei turni fissi pomeridiano e notturno e la ridefinizione dei turni di lavoro su tre fasce per 40 ore su cinque giorni alla settimana.

Uno dei punti di maggiore impatto riguarda il turno notturno – dalle 20 alle 4 da gennaio ad agosto e dalle 23.30 alle 7.30 negli altri mesi – che sarà presidiato dai soli lavoratori volontari ai quali sarà riconosciuta una maggiorazione economica del 25 per cento. Tutti i 1.656 dipendenti diretti (ai quali durante i periodi di picco si aggiungono fino a 2 mila lavoratori "green badge", a somministrazione) ruoteranno poi settimanalmente su due turni: dalle 7 alle 15 e dalle 15.30 alle 23.30. Riguardo al lavoro nel weekend, come spiega una nota sindacale «nell'ambito di 8 settimane i lavoratori presteranno servizio durante un fine settimana un sabato e una domenica e garantiranno 2 weekend con prestazione di sabato e 1 weekend con prestazione di domenica a fronte di 4 weekend consecutivi di riposo».

Francesca Benedetti (Fiscat Cisl Parma e Piacenza) definisce l'intesa «un risultato storico» con un modello di turni che «garantisce nei vari reparti del sito di Castel San Giovanni la job

rotation omogenea nelle mansioni e nei carichi di lavoro eliminando di fatto i turni imposti unilateralmente da Amazon e che apre finalmente le porte alla volontarietà della prestazione notturna» con «importante incremento economico mensile, stimato da 70 a 97 euro».

Dal canto suo Fiorenzo Molinari (Filcams-Cgil) classifica questa intesa come «la parte finale di un percorso che passa attraverso il sacrificio dei lavoratori fino a tutto lo sforzo fatto con le istituzioni in questi mesi. Abbiamo dimostrato che uniti si è più forti». E sicuramente abbiamo raggiunto un accordo importante con un'azienda che ha una cultura del one-to-one. Ma è un primo passo». Visione, questa, condivisa da Pino De Rosa (Ugl Terziario): «Rimangono aspetti migliorabili sempre in relazione a un più felice equilibrio tra i tempi di vita e di lavoro. Comprendiamo pertanto le riserve di quel 33% di lavoratori che hanno manifestato insoddisfazione. Era necessario però in questa fase scegliere tra il riaccendersi del conflitto con Amazon oppure la posa della prima pietra per edificare quella stagione di confronto volta a contemperare le esigenze dell'azienda con quelle delle persone».

Dall'azienda si esprime soddisfazione, ma le considerazioni sembrano gettare acqua sul fuoco: «Non si tratta di un precedente. In ogni Paese in cui siamo presenti dialoghiamo con le rappresentanze dei lavoratori. Riteniamo fermamente che il dialogo e il rapporto diretto con i lavoratori sia il modo più efficace per rispondere alle loro esigenze». Comunque, spiega Amazon, «vogliamo essere un datore di lavoro corretto e responsabile e in quanto tale sempre disponibile al dialogo, che è parte distintiva della nostra cultura. Dal momento che continuiamo a crescere, dobbiamo assicurarci che i turni di lavoro possano venire incontro alle esigenze dei dipendenti e soddisfare le aspettative dei clienti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# 67%

**Voti favorevoli**

L'intesa siglata con l'azienda è stata sottoposta a referendum



## PARTERRE

## Amazon chiude l'account ai clienti dalle troppe rese

**I**nizia a fare clamore sui media americani la decisione di Amazon di bandire dal sito i clienti che hanno effettuato troppe rese di prodotti acquistati. Una pratica che sembra incrinare l'immagine «customer-friendly» che il colosso della distribuzione on line ha costruito nel tempo. La nuova policy, oggi, prevede che agli utenti vengano inviate richieste di chiarimento sulle ragioni delle rese o in alternativa la disdetta unilaterale del servizio con il «divieto di aprire un nuovo account» presso Amazon e di fare acquisti presso il sito. Le lamentele di chi si è visto bloccare l'account per una resa nell'ultimo anno sono legate anche al mancato preavviso e, presumibilmente, allo smarrimento di chi ha strutturato una parte rilevante dei propri acquisti di beni personali intorno all'e-commerce americano. La società si è difesa sottolineando che «non vengono mai prese decisioni di questo tipo con superficialità ma che, con 300 milioni di clienti per il mondo, si è costretti ad agire in maniera appropriata per tutelare l'esperienza di acquisto di tutta la clientela». (R.Fi.)



**SIGLA STORICA CON I SINDACATI NEL MAGAZZINO DI PIACENZA**

## Amazon fa pace coi dipendenti

*L'intesa riorganizza il lavoro e incentiva i turni notturni*

■ Un accordo sperimentale di durata annuale, con una prima verifica entro quattro mesi dall'applicazione dell'intesa, destinato a garantire una maggiore equità nella distribuzione dei carichi di lavoro, una piccola maggiorazione, dal 15% dell'attuale contratto al 25%, per il lavoro notturno eseguito su base volontaria e una diversa organizzazione per quanto riguarda i fine settimana. È quanto siglato ieri nel grande hub - magazzino di Amazon Italia a Castelsangiovanni, vicino a Piacenza, tra l'azienda e i sindacati. Dopo gli scioperi e le rivendicazioni dei mesi scorsi l'accordo è passato, a scrutinio segreto, con il 70% dei consensi.

L'intesa parte, come già detto in via sperimentale, il 17 giugno prossimo e prevede il superamento dei turni fissi pomeridiano e notturno e la ridefinizione dei turni di lavoro, articolati su tre fasce orarie per complessive 40 ore su cinque giorni alla settimana. Il turno notturno inizia alle 20 e finisce alle 4 ed è fisso e su base volontaria (come già accadeva in passato) e i dipendenti riceveranno una maggiorazione del 25% rispetto alla paga oraria. Qualora non si raggiungesse il numero necessario per fare fronte alle esigenze aziendali sul turno di notte verrà messa in atto una rotazione che coinvolgerà in modo omogeneo i lavoratori dei differenti reparti.

Nell'ambito di 8 settimane, i lavoratori presteranno servizio durante un fine settimana lungo un sabato e una domenica e garantiranno 2 weekend di lavoro con prestazione di sabato e 1 weekend per la domenica. L'incremento economico mensile è stimabile da 70 euro a 97 euro euro a seconda del periodo lavorato.

«Dal momento che continuiamo a crescere - ha spiegato Amazon- dobbiamo assicurarci che i turni di lavoro possano venire incontro alle esigenze dei dipendenti per soddisfare le aspettative dei clienti».


**FONDATORE**

Jeff Bezos ha creato il colosso di e-commerce mondiale



**Datagate.** Le scuse di Zuckerberg al Parlamento europeo

Beda Romano e Luca De Biase &gt; pagina 6

**Social network e protezione dati.** Audizione tesa a Bruxelles  
**Il «mea culpa» di Zuckerberg non basta all'Europarlamento****SOTTO ACCUSA**

Il fondatore di Fb si è scusato per le violazioni ma ha ricevuto critiche da tutti i partiti. Alcuni deputati hanno chiesto di risarcire i danni agli utenti

**Beda Romano**

BRUXELLES. Dal nostro corrispondente

■ Ad appena qualche giorno dall'entrata in vigore di una nuova moderna legislazione a favore della protezione dei dati personali in Europa, il presidente-fondatore di Facebook ha affrontato ieri accesissime critiche dinanzi al Parlamento europeo a Bruxelles. Alcuni deputati hanno chiesto a Mark Zuckerberg di versare un risarcimento-danni agli utenti europei della società americana dopo i recenti scandali che hanno messo in luce l'uso inappropriato di informazioni personali anche a fini politici.

«Mi dispiace per quanto è successo - ha detto l'imprenditore -. Ci vorrà tempo per mettere a punto cambiamenti tali da assicurare la protezione dei dati personali, ma sono impegnato personalmente in tal senso». Tra le altre cose, Mark Zuckerberg ha spiegato che da qui alla fine dell'anno intende assumere nuovi impiegati dedicati ad assicurare la sicurezza degli account Facebook, portando il totale delle persone impegnate in questo campo a 20 mila nel mondo.

L'audizione, che si è tenuta ieri sera qui a Bruxelles dinanzi ai capigruppo parlamentari, è stata chiesta dal Parlamento europeo sulla scia dello scandalo Cambridge Analytica, una società di consulenza politica che ha ottenuto in modo improprio i dati personali di 87 milioni di utenti, di cui 2,7 milioni di cittadini comunitari. Di recente, lo stesso Zuckerberg è stato sentito sulla stessa questione anche dal Congresso americano per un totale di 10 ore (si ve-

da Il Sole 24 Ore dell'11 aprile).

In una prima fase del dibattito, l'imprenditore si è scusato dinanzi ai parlamentari per quanto è successo. Ha snocciolato poi le varie iniziative anche tecniche che la società americana vuole introdurre per meglio difendere i propri utenti. L'impatto è stato limitato: Mark Zuckerberg ha avuto lo straordinario effetto di mettere d'accordo tutte le forze politiche. A un anno dalle prossime delicatissime elezioni europee, critiche sono giunte da tutti i capigruppo.

Il popolare Manfred Weber si è chiesto se, in quanto monopolio, Facebook non debba essere spezzettata. Il liberale Guy Verhofstadt ha ricordato che Mark Zuckerberg si è già scusato «13 o 14 volte» dal 2003; e si è chiesto se l'auto-regolamentazione sia sufficiente. Addirittura, l'ex premier belga si è interrogato se Facebook intenda compensare i suoi utenti sulla base della nuova legislazione comunitaria a favore della protezione dei dati personali, che entrerà in vigore il 25 maggio (si veda Il Sole 24 Ore del 23 marzo).

Mark Zuckerberg ha fatto del suo meglio per rispondere a tono, ma era chiaro che la sua prospettiva è diversa da quella dei parlamentari. Le risposte sono state generali, rispetto a domande spesso molto precise. Notando le numerose elezioni che ci saranno in Europa tra il 2018 e il 2019, ha assicurato che evitare interferenze politiche è la sua «massima priorità». Ha anche respinto l'idea che Facebook sia monopolista. L'incontro è terminato in modo teso, con la ferma richiesta dei parlamentari di ricevere dall'imprenditore risposte precise e per iscritto alle singole domande preparate dai deputati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# La svolta culturale di Facebook sul rispetto del diritto alla privacy

## LE RICADUTE

Le nuove piattaforme che nasceranno in Europa non potranno appropriarsi in maniera esclusiva dei dati degli utenti

di **Luca De Biase**

Nel corso della testimonianza di Mark Zuckerberg al Senato degli Stati Uniti, qualcuno fece un cenno alle norme a protezione dei dati personali che stavano per entrare in vigore in Europa. Si sentì persino la voce di un senatore che non era contrario all'introduzione in America di norme analoghe a quelle contenute nella General Data Protection Regulation (Gdpr) decisa dall'altra parte dell'Atlantico. Zuckerberg, in quell'occasione, destreggiandosi tra considerazioni di politici che non conoscevano bene ciò di cui stavano parlando e difendendo da accuse che aleggiavano nell'aria senza troppo scendere a terra, dava ragione a tutti, si scusava di ogni cosa e prometteva qualsiasi rimedio. In quell'occasione, tra l'altro, non si era dichiarato contrario alla Gdpr. Ieri ha avuto occasione di essere più esplicitamente a favore della normativa per la privacy europea, rispondendo alle domande del presidente del Parlamento europeo e dei rappresentanti dei gruppi parlamentari, proprio a due giorni dall'entrata in vigore della Gdpr.

È stato un momento denso

disignificato. Perché soltanto i non addetti ai lavori possono pensare che la Gdpr sia banalmente un nuovo aggravio dei già costosi adempimenti burocratici per la difesa di un diritto umano che la tecnologia ha superato. L'argomento degli scettici è sempre il solito: ai cittadini non interessa la privacy, se cedendone un po' possono accedere a servizi utili come quello offerto gratuitamente da Facebook. Ma è un argomento valido se i cittadini non hanno vere alternative. E la Gdpr favorisce la nascita di alternative: perché tra l'altro obbliga le piattaforme a garantire la portabilità dei dati che può a sua volta condurre all'interoperabilità delle piattaforme. Con la Gdpr, eventuali nuove piattaforme potrebbero partire dai dati dei cittadini che sono in possesso di altre piattaforme e non restare troppo indietro rispetto ai concorrenti già presenti sul mercato. Accettando una norma potente come la Gdpr a favore della privacy, Zuckerberg ha terminato una virata a 180° nella sua cultura sul rispetto dei diritti umani. Zuckerberg aveva cresciuto la sua Facebook pensando a tutto salvo che alla privacy dei suoi utenti: lo aveva detto, nel 2010, che la privacy non è più "una norma sociale" ed è un argomento del passato - come del resto aveva sostenuto un anno prima l'allora presidente di Google, Eric Schmidt - ed era stato consequenziale. Per esempio lasciando che i dati raccolti dalle app che giravano sulla piattaforma Facebook uscissero dal suo controllo e potessero

essere usati come ha fatto Cambridge Analytica, la società ora fallita che ha usato i dati derivati da Facebook per "manipolare" gli elettori americani durante la recente campagna per le presidenziali. Un'azione che è stata possibile per la superficialità con la quale Facebook ha trattato la privacy in passato.

D'ora in poi sarà diverso, promette Zuckerberg. E farà bene a mantenere la promessa, non solo perché le sanzioni per gli inadempienti in Europa saranno piuttosto pesanti: ma anche per il fatto che le prossime piattaforme terranno conto della privacy in modo molto più attento e leale nei confronti degli utenti. E cresceranno, almeno in Europa, in un contesto nel quale le piattaforme non possono appropriarsi dei dati degli utenti, devono condividerli, non possono trarne esclusivo vantaggio. Forse, non bisogna aspettarsi che nascano nuovi social network in grado di fronteggiare l'incumbent. Ma altre piattaforme - ad esempio, per la mobilità in città piuttosto che per l'incontro di anime gemelle - che per crescere hanno bisogno del grafo sociale in possesso di Facebook non saranno escluse dalla possibilità di ricostruirlo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





# Morozov “Ma si tratta solo di operazioni di facciata Priva di visione anche l’Ue”

Dovremmo iniziare ad immaginare nuove forme di intelligenza artificiale che appartengano a tutti e non solo a poche compagnie private

JAIME D’ALESSANDRO, ROMA

Evgenij Morozov è un fiume in piena difficile da arginare. Pochi i luoghi comuni, tante le idee affilate che tagliano di netto la rappresentazione che hanno di se stesse la Silicon Valley come le istituzioni europee. Classe 1984, bielorusso, Morozov è un sociologo che dal 2011 ha iniziato a scrivere saggi contro l’ottimismo legato all’avvento della tecnologia. Voce solitaria ai tempi, oggi sempre più ascoltata. E sta per arrivare nel nostro Paese, parlerà infatti domani a Milano ad Interact, evento organizzato da lab Italia.

**Al Parlamento europeo Mark Zuckerberg ha dichiarato che per la sua compagnia salvaguardare le persone viene prima del fare soldi. Che cosa ne pensa?**

«Si tratta di operazioni di facciata. Non credo che nessuna correzione sia possibile fra quelle che mi piacerebbe vedere».

**Eppure l’Unione europea sta facendo molto per regolare il trattamento dei dati, pensi alla norma Gdpr che entrerà in vigore fra due giorni.**

«Sono regole prive di visione. Dovremmo cambiare modo di vedere le cose iniziando ad immaginare ad esempio nuove forme di intelligenza artificiale che appartengano a tutti e non solo a poche compagnie private.

Per l’Europa regole significa solo proteggere i diritti e la privacy dei consumatori. Avremmo dovuto invece pensare a forme alternative alla pubblicità e il relativo sfruttamento dei dati personali».

**In Cina nel 2020 vogliono applicare il Social Credit System, capace di dare a ogni cittadino, azienda o istituzione una valutazione che cresce o decresce secondo quel che fa nella società, nella vita privata, online. Se la Cina dimostrasse che un sistema del genere porta efficienza e stabilità, potrebbe essere l’inizio del declino delle democrazie occidentali.**

«Il sistema di rating dato alle persone lo abbiamo anche in Occidente, lo hanno le banche e le assicurazioni, solo che non è palese. Negli Usa la situazione è critica da questo punto di vista. E allora viene da chiedersi se si a meglio il sistema di valutazione trasparente cinese o quello occulto del nostro capitalismo. La risposta non è facile».

**Storicamente nel mondo della tecnologia compagnie che prima sembravano invincibili poi si sono indebolite e nuovi soggetti sono arrivati rubando la scena. Non pensa possa accadere di nuovo?**

«Il problema non è Zuckerberg e Facebook o la nuova compagnia che domani potrebbe prendere il loro posto. Il problema è la struttura economica del capitalismo digitale. Se Amazon viene sorpassata da Alibaba o la Silicon Valley da qualche altra valle, non cambia nulla. Il punto è che la nostra vita sociale, politica ed economica è filtrata da servizi che appartengono a una manciata di multinazionali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



“ Il sociologo bielorusso Evgenij Morozov



**Il libro.** Il Garante Antonello Soro esamina i problemi della Rete

# Il diritto alla libertà passa per la protezione dei dati

di **Giuseppa Finocchiaro**

**N**on di solo diritto si tratta. Non è solo una questione giuridica. La protezione dei dati personali è un tema culturale, politico ed economico. E la visione complessiva non va persa proprio in questo momento in cui l'attenzione di tutti, considerata la data del 25 maggio in cui il regolamento europeo diverrà applicabile, è concentrata sugli adempimenti.

Spesso purtroppo con un approccio formalistico e affrettato, che perde di vista il mutamento di filosofia che informa il regolamento.

Non solo di Gdpr si parla nel bel libro di Antonello Soro, presidente del Garante della privacy, in uscita domani, «Persone in rete. I dati tra poteri e diritti», ma di informazioni e di governo delle informazioni, con più ampio respiro. L'informazione è il bene giuridico, con un valore economico crescente, al centro del mercato digitale. Il nuovo petrolio.

Per questo la protezione dei dati personali assume un valore strategico nella costruzione del mercato unico digitale europeo, insieme al riconoscimento dell'identità online. Ciò spiega anche la contrapposizione politica fra Europa e Stati Uniti e il serrato confronto che ha avuto luogo su alcune scelte europee, quali quella del diritto all'oblio.

Sono certamente culture, anche giuridiche, diverse, che si misurano, ma al centro ci sono soprattutto interessi economici.

Sono le informazioni il bene

da proteggere e il valore economico ad esse connesso. La conferma del fatto che il mercato digitale sia l'obiettivo politico europeo è nella forte affermazione contenuta nel regolamento europeo del principio della libera circolazione dei dati, necessaria al mercato digitale europeo. Si tratta di un tema anche politico, che tocca quello della governance di Internet.

Come scrive Soro, «gli Over-The-Top, ovvero i giganti del web, intervengono sempre più spesso, in un regime prossimo all'autodichia, su temi di rilevanza primaria, quali informazione e diritto all'oblio, libertà di espressione, dignità e tutela dalle discriminazioni, veridicità delle notizie diffuse».

Il libro è dedicato «a Stefano Rodotà, un grande maestro, un riferimento indimenticabile per quanti amano la libertà e condividono la cultura dei diritti». E muove nel suo affresco dalla dimensione di libertà che occorre ridefinire per dare un nuovo senso al diritto di libertà che, secondo la Carta dei diritti fondamentali della Ue, è il diritto alla protezione dei dati personali.

E la nuova libertà da conquistare è anche costituita dall'accesso alla conoscenza, mediato ora da motori di ricerca e social network. «E nell'epoca della disintermediazione e delle post-verità - afferma l'autore - le sfide dell'informazione complicano ulteriormente la tenuta e il senso della democrazia».

La disinformazione passa anche per «un'opacità da eccesso

di trasparenza, che ostacola, anziché favorire, la conoscenza diffusa delle modalità di gestione della cosa pubblica», ancora una volta puntando alla quantità piuttosto che alla qualità, alla mole indistinta di informazioni da pubblicare, piuttosto che alla loro qualità.

L'attribuzione di sempre maggior valore ai dati personali dovrebbe sempre più rendere evidente la necessità di proteggere, appunto, ciò che ha - quantomeno - un significativo valore economico.

Occorre «investire sulla sinergia tra protezione dei dati e cybersecurity - scrive ancora Soro - quale presupposto di libertà e sicurezza, che torneranno a essere valori complementari e non antagonisti, quali del resto l'ordinamento europeo li delinea, nella consapevolezza di come la democrazia viva necessariamente di entrambi».

Il libro si chiude sugli interrogativi posti dall'intelligenza artificiale, dai big data e dall'algocrazia. Molto più che un insieme di «scorci», come li definisce l'autore, ma piuttosto una importante prospettiva, non solo giuridica, sulla protezione dei dati personali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Negli Usa lo streaming video vale 15 miliardi

DI ESTER CORVI

**Q**uasi 15 miliardi di dollari. Sono i ricavi negli Stati Uniti dei maggiori operatori dello streaming video, secondo le stime dagli specialisti di Emarketer. Al risultato sono arrivati moltiplicando il prezzo annuale dell'abbonamento per il numero dei clienti. Da questo conto sono esclusi i ricavi pubblicitari. «Il settore dello streaming video sta diventando molto competitivo. Sono in concorrenza fra loro non solo le reti tv, ma anche aziende che fanno parte di comparti molto diversi: dalle telecomunicazioni ai social media e alla tecnologia», mettono in evidenza gli esperti della società di consulenza. I cambiamenti dal lato della domanda, come il successo delle serie tv e l'abitudine alla visione su dispositivi mobili (tablet e smartphone), ha costretto gli operatori tradizionali a ripensare i propri modelli di business. La concorrenza cresce man mano che i consumatori, soprattutto nel Nord America, decidono di non rinnovare più l'abbonamento alla pay tv per passare alle piattaforme di streaming, che negli ultimi due anni hanno migliorato la qualità e la varietà dell'offerta, oltre ad avere il vantaggio di un costo dell'abbonamento decisamente più basso. Ai primi posti nella classifica dei maggiori operatori ci sono Netflix, Amazon e Hulu. Nel

dettaglio, la società californiana guidata da Reed Hastings alla fine dello scorso anno aveva 52,8 milioni di abbonati negli Stati Uniti, che con un prezzo medio mensile dell'abbonamento di 10,99 dollari e annuale di 131,88 dollari, realizza ricavi per 6,15 miliardi di dollari. Segue il servizio Prime Video di Amazon, che ha recentemente dichiarato di avere 26 milioni di clienti. In questo caso ipotizzando un prezzo medio di 8,99 dollari al mese si arriva a un fatturato di 2,8 miliardi di dollari. Mentre Hulu, il gruppo partecipato dalle major di Hollywood, ha ricavi per 2 miliardi (con 17 milioni di clienti). Dopo questi tre player, che vengono definiti svod (subscription video on demand, perché richiedono un abbonamento mensile), ci sono Hbo Now (899 milioni di dollari di ricavi), Showtime (330 milioni di dollari) e Cbs All Access (240 milioni di dollari). Hbo Now, che ha detto all'inizio di febbraio di avere 5 milioni di abbonati negli Stati Uniti, è un servizio di streaming video collegato a un'emittente tv, così come Cbs All Access e Showtime, che hanno entrambi 2,5 milioni di clienti. Due milioni di clienti sono invece quelli stimati di Starz, mentre YouTube Red ne ha 1,5 milioni. Il tutto in un scenario in grande evoluzione, con l'atteso arrivo nel 2019 del servizio streaming di Disney e di conoscere quale sarà il destino di Sky. (riproduzione riservata)



Reed Hastings



## OPEN GATE ITALIA

### Il mercato nazionale dei servizi smart vale 3,2 miliardi

Il mercato nazionale dei servizi smart, dalla smart mobility, passando per la logistica intelligente e l'efficienza delle reti energetiche e idriche, vale 3,2 miliardi. A sottolinearlo è Laura Rovizzi, partner Open Gate Italia, in occasione del seminario Agcom "Mappare la banda larga".



Tim

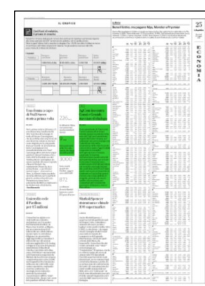
## AgCom incontra Conti e Genish riavviato il dialogo

9 MLD

Gli investimenti  
della Tim nella  
banda ultra larga  
dal 2018 al 2020

MILANO

Il neo presidente di Tim Fulvio Conti, insieme all'ad Amos Genish, hanno incontrato nella sede dell'AgCom il presidente Angelo Marcello Cardani, per instaurare un nuovo dialogo con l'autorità in vista della separazione della rete di cavi in una società a parte. Oggi è infatti in agenda un consiglio dell'AgCom dove verranno esaminate le risposte dell'azienda ai quesiti sollevati dall'autorità stessa, per avviare il processo di separazione e conferimento dell'infrastruttura che va dalle case degli italiani alle centraline della Tim. È stato aperto un tavolo permanente di confronto e di qui a fine anno è previsto che venga definito il progetto, insieme alle nuove tariffe e alle scadenze per completare gli investimenti necessari a ultimare la rete in fibra ottica.



**GOLDEN POWER**

# Tim, tris di legali contro la multa

Antonella Olivieri ▶ pagina 24

**Golden power.** Il neo presidente Conti si presenta a Cardani - Domani il dossier della rete sul tavolo Agcom

## Tim, tris di legali contro la multa

BonelliErede, Giliberti-Triscornia e Catricalà in campo per il ricorso

**Antonella Olivieri**

■ Neanche il nuovo board Telecom, formato Elliott, vuole pagare la multa golden power. Così Telecom ha arruolato una squadra di legali di primopiano: lo studio BonelliErede, Giliberti-Triscornia e Antonio Catricalà (che è stato anche magistrato del Consiglio di Stato) - per contestare i 74,3 milioni comminati alla compagnia telefonica per la tardiva notifica del "controllo" di Vivendi. La cifra è già frutto di uno sconto rispetto alle previsioni di legge che - se applicate alla lettera - avrebbero portato a una sanzione dell'ordine dei 300 milioni, l'1% del fatturato aggregato di controllante e controllata. Dal perimetro sono stati tolti non solo i ricavi di Vivendi, ma anche quelli di Tim Brasil, della telefonia mobile e di una parte del fisso. Il testo originario della legge non poneva a riguardo sanzioni a carico della controllante, una lacuna poi colmata ma senza effetti retroattivi.

Il provvedimento origina dalla dichiarazione dell'avvio dell'attività di direzione e coordinamento da parte di Vivendi del 27 luglio, ma il termine del 6 agosto era stato lasciato scadere sia da Vivendi sia da Tim. Vivendi aveva poi notificato il supposto controllo, a scopo cautelare, solo intorno a metà

settembre e Telecom un mese dopo, intorno a metà ottobre. Tra lo scadere del termine e successivamente Telecom aveva poi acquisito pareri - l'uno di Sabino Cassese e Andrea Zoppini e l'altro di Gian Luigi Tosato - che concordavano sulla tesi che non fosse applicabile - al caso specifico - la normativa del golden power, ma divergevano sull'obbligo di notifica che, secondo i due giuristi non era dovuta e secondo invece il professore della Sapienza era opportuno inoltrare perché l'istruttoria governativa sarebbe potuta partire anche in assenza e la mancata notifica avrebbe comportato il rischio di una pesante sanzione.

Fatto sta che la multa è arrivata. Telecom ha accantonato la posta a riserva (appesantendo i conti del primo trimestre), ma ora prova a contestare: ci sono 60 giorni di tempo, dall'8 maggio quando è stata comunicato l'importo della sanzione, per presentare il ricorso davanti al Tar del Lazio.

Telecom però ha un altro appuntamento più a breve con il regolatore. Al consiglio Agcom di domani, infatti, dovrebbe approdare il dossier della rete per una prima disamina. Il 27 marzo la società aveva depositato un progetto di separazione volon-

taria della rete d'accesso in una società ad hoc controllata al 100% da Telecom, che, secondo indiscrezioni, sarebbe stato giudicato in prima battuta carente. Telecom avrebbe però fornito integrazioni, in risposta alle richieste degli uffici dell'Authority, e domani il consiglio Agcom dovrebbe decidere se mettere in consultazione pubblica il progetto stand alone o se integrarlo nell'analisi di mercato già in via di conclusione che, nel caso, andrebbe ai tempi supplementari.

Ieri, tra l'altro, il tema è stato sfiorato nel corso di un incontro tra il presidente Agcom Angelo Marcello Cardani col direttore generale Riccardo Capecchi e l'ad Tim Amos Genish con Fulvio Conti, che doveva servire a presentare all'Autorità il nuovo presidente. Daparte di Telecom si sarebbe provato a introdurre il discorso delle tariffe wholesale, trovando però freddi gli interlocutori che avrebbero recepito l'iniziativa come irrituale.

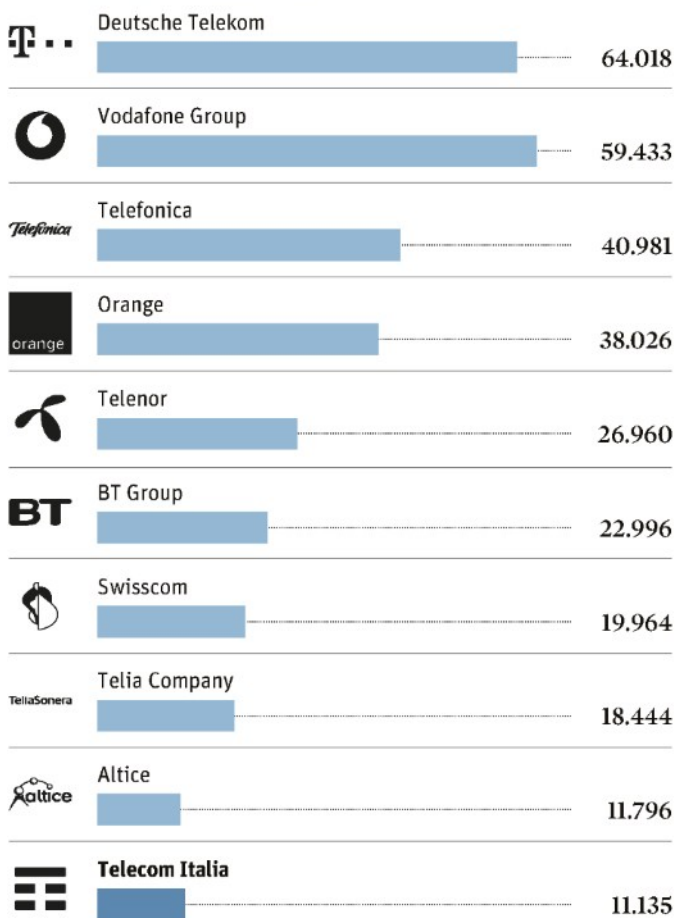
Intanto in Borsa si è fermata la spirale negativa dei ribassi, con un rimbalzino dello 0,76% a 0,738 euro. I rincari delle bollette (2,5 euro, Iva inclusa) a partire da luglio non sono però la spiegazione: porteranno qualche decina di milioni di ricavi in più nel secondo semestre.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Il confronto in Europa

Capitalizzazione. In milioni di euro



## Più cari telefoni fissi e linee Internet

Tim e Vodafone rivedono le tariffe dei servizi per la casa: si pagheranno fino a 3 euro in più al mese

di CHIARA MERICO

■ Con l'estate arrivano i rincari sulle bollette della telefonia fissa. Sia Tim che Vodafone hanno infatti deciso nuove tariffe, con aumenti che raggiungeranno i 3 euro. Aumen-

ti previsti anche per le Sim dati. E la società guidata da Amos Genish rischia una multa da 1 milione di euro da parte dell'Agcom in relazione all'applicazione della legge che ha riportato la fatturazione, prima a 28 giorni, su base mensile.

a pagina 17

# Aumenti per Internet e linee fisse Fino a tre euro in più al mese

Vodafone e Tim ritoccano alcune offerte per la casa. Novità anche sul mobile

di CHIARA MERICO

■ Estate con aumento per i titolari di contratti di telefonia fissa Tim e Vodafone. Entrambe le compagnie hanno infatti deciso rincari per le bollette a partire dai mesi estivi: per Vodafone verranno modificate le condizioni di alcune offerte per le Sim dati e per la rete fissa, con un aumento di 1,50 euro o 3 euro. Le nuove tariffe partiranno rispettivamente dal 10 giugno e dal 10 luglio. A partire invece, da domenica (27 maggio) cambieranno le condizioni tariffarie di alcune offerte mobili prepagate, con un aumento del rinnovo mensile che varia da 0,69 a 1,49 euro. La società fa presente di essere però l'unico operatore a essere passato alla tariffazione su base mensile senza modificare le condizioni economiche delle offerte: Vodafone ha infatti sospeso i rincari dell'8,6% sulle bollette previsti dagli operatori dopo la legge sul ritorno alla tariffazione mensile (e non più a 28 giorni), come aveva ordinato lo scorso 21 marzo l'Antitrust.

Per quanto riguarda Tim l'adeguamento arriverà a partire dal 1° luglio prossimo. Alcuni consumatori, secondo fonti di stampa, avrebbero già ricevuto in bolletta la comunicazione che recita: «Dal 1° luglio 2018, l'importo mensile dell'abbonamento alla tua offerta, che trovi evidenziato in blu nella pagina dettaglio dei costi di questa fattura, aumenterà di 2,5 euro al mese

(iva inclusa)». Si tratta di un ritocco che riguarderà i clienti dell'offerta Smart, ma anche quelli che hanno sottoscritto pacchetti onnicomprensivi voce e dati: l'annuncio, come hanno spiegato gli analisti di Intermonte, «era atteso dopo che il ceo Amos Genish, nell'ultima conferenza call, aveva parlato di iniziative volte a neutralizzare l'effetto del ritorno alla fatturazione mensile». Secondo gli stessi analisti l'aumento tariffario potrebbe portare nelle casse dell'operatore 225 milioni di euro all'anno, «prendendo come riferimento solo i clienti retail». Nel primo trimestre, secondo i calcoli di Mf, i clienti della rete fissa a banda larga erano 15 su 19 milioni totali: per questo l'aumento tariffario, sempre che qualche cliente non decida di recedere dal contratto, potrebbe fruttare a Tim fino a 37,5 milioni al mese, ovvero 450 milioni all'anno.

Per gli analisti di Fidentiis «la notizia, se confermata, è positiva per Tim». Non avendo ancora idea di quanti clienti saranno effettivamente interessati dall'aumento, Fidentiis ha comunque ipotizzato due scenari, con impatto differente sui conti di Tim: il primo presuppone che l'aumento si applichi all'accesso broadband, che nel primo trimestre di quest'anno contava circa 15 milioni di clienti. Tenendo presente un 3% di disdette, l'impatto annualizzato sarebbe di 436 milioni di euro.

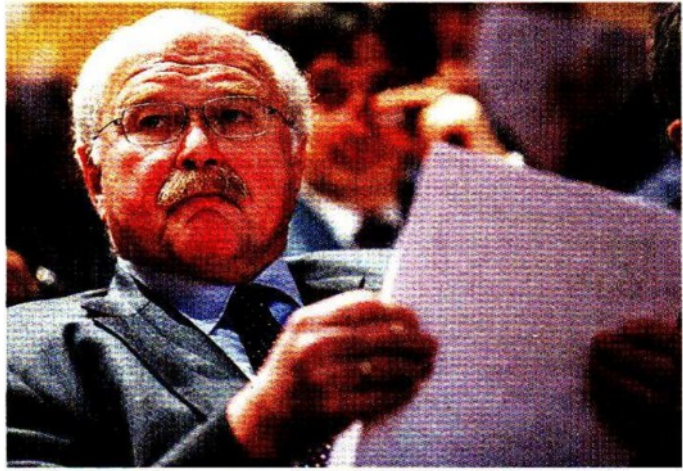
Il secondo scenario presume invece che l'aumento si applichi solo agli accessi fisici (incluso Voip). Ipotizzando un tasso di abbandono del 3%, l'impatto annuale sarebbe di 328 milioni di euro. Si tratta, precisano gli esperti di Fidentiis, di un aumento che nel 2018 «potrebbe più che compensare il potenziale svantaggio derivante dal ritardo nei negoziati con i sindacati riguardanti il piano di riduzione del personale che Tim sta attualmente discutendo».

Ma la società guidata da Amos Genish rischia anche una multa fino a 1 milione di euro: insieme a Wind Tre infatti, Tim è stata nei giorni scorsi oggetto di un procedimento sanzionatorio da parte dell'Agcom in relazione all'applicazione della legge che ha riportato la fatturazione su base mensile. In particolare l'authority guidata da Angelo Marcello Cardani, che già deve affrontare la partita dei rimborsi chiesti da alcuni clienti dopo la sospensione degli aumenti tariffari, ha puntato il dito sul mancato rispetto delle regole sulle informazioni alla clientela da parte



di Tim e Wind Tre. L'authority ha richiamato le due società al «rispetto degli obblighi previsti in materia di informativa nei confronti degli utenti interessati dalla nuova manovra al fine di consentire, anche mediante il legittimo esercizio del diritto di recesso, scelte contrattuali consapevoli». Dal monitoraggio, infatti, è emerso che «gli operatori richiamati non hanno assicurato, per il tramite delle comunicazioni rese all'utenza finale attraverso Sms e sito aziendale, informazioni chiare, complete e trasparenti» e che «le informative non hanno rispettato il quadro regolamentare in materia di diritto di recesso».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**PRESIDENTE** Angelo Maria Cardani, numero uno dell'Agcom [LaPresse]

**IL FATTO ECONOMICO**

**Tim: fondi pubblici e 2200 a spasso (senza dire "crisi")**

PAVESI A PAG. 16

**ALL'INTERNO** Tim migliora i conti con l'aiuto pubblico

# Tim si abbellisce il bilancio con l'aiuto pubblico: cassa integrazione ma senza crisi

**IL LIFTING** Il colosso delle telecomunicazioni ha una delle redditività più alte tra i concorrenti europei, ma chiede gli ammortizzatori per risparmiare 100 milioni

**Altre voci su cui tagliare**

L'azienda fa utili, spende oltre 200 milioni per consulenze esterne e l'ex ad Cattaneo ha preso 25 milioni di liquidazione (per 15 mesi di lavoro)

» **FABIO PAVESI**

**P**

uò cambiare l'assetto proprietario, possono cambiare i rapporti di forza ma la Telecom Italia, che come vedremo mostra una delle redditività industriali tra le più alte tra i suoi concorrenti europei, non smette le cattive abitudini di sempre. Tagliare costi, annunciare esuberi, ricorrere alla cassa integrazione pur con bilanci floridi. È quanto ha fatto ancora pochi giorni fa annunciando l'ennesimo piano di ristrutturazione del personale. Cassa integrazione a rotazione per 29 mila dipendenti per 29 giorni nell'arco di 12 mesi. Una ma-

novra che equivale a 2.800 unità di costo del personale abbattute. L'azienda ha anche quantificato che l'operazione taglia-costi del lavoro consentirà un risparmio di 100 milioni. I grandi giornali hanno dato la notizia senza nessun approfondimento. Come se fosse normale varare l'ennesimo piano di taglio dei costi del personale. Nessuno si è preso la briga di chiedersi quanto il ricorso alla Cigs (il cui onere non dimentichiamolo cade in parte sulle casse pubbliche via Inps) sia motivato da eventuali difficoltà del Gruppo telefonico. I numeri del colosso delle Tlc, impegnato nell'ennesima battaglia per il controllo, dicono il contrario. Telecom nel 2017 ha prodotto ricavi per 19,8 miliardi con un margine industriale lordo di ben 7,8 miliardi pari al 39,3%. Invidiabile se confrontato con altri operatori europei. Quel margine (alto) sconta già la sottrazione del costo del lavoro. È una variabile così critica tale da

giustificare la richiesta al ministero degli ammortizzatori sociali? Alzerebbe ulteriormente una profittabilità industriale già elevata? La risposta è no. I 59 mila dipendenti del gruppo a livello globale sono costati nel 2017 alle casse di Tim 3,6 miliardi pari a solo il 18% del monte ricavi. Un numero assolutamente in linea con le gestioni più efficienti. Basta scorrere l'ultimo rapporto sulle Tlc europee dell'Ufficio studi di Mediobanca per scoprire che la produttività e il costo del lavoro non sono certo una zavorra per Telecom Italia. Anzi. Nel 2016 Tim vantava una delle produttività del lavoro tra le



più alte in Europa. Il valore aggiunto prodotto pro-capite si collocava a 118 mila euro a fronte di un costo del lavoro pro-capite di 51 mila euro. Peggio fanno società come Deutsche Telekom, Vodafone, Orange, Bt e Telefonica. E dal 2016 poco è cambiato. L'ufficio studi di Mediobanca ci ricorda che l'azienda telefonica italiana ha un primato in Europa quanto a redditività. Il margine operativo netto si colloca al 20% dei ricavi. I *big* della telefonia europea stanno tutti sotto questa performance. Del resto i numeri del 2017 e del primo trimestre del 2018 confermano lo stato di ottima salute del Gruppo. Tim continua ad avere un rapporto MOL sui ricavi al 39%. Nel 2017 ha prodotto utili netti per 1,27 miliardi: vale a dire che ogni 100 euro incassati 6,4 euro si trasformano in ricchezza netta. C'è da chiedersi di fronte a questi numeri del bilancio dove sia l'urgenza e la necessità improrogabile di operare un altro snellimento del personale. Il dimagrimento degli organici però pare essere un chiodo fisso, una sorta di totem indiscutibile dei manager che si susseguono sulla tolda di comando del Gruppo. Nel 2013 i dipendenti erano 65 mila oggi sono scesi a 59 mila, ma come visto, il loro peso sui conti non appare

affatto fuori controllo. Ogni 100 euro di fatturato il personale ne costa solo 18. Per un'azienda di servizi non è un parametro fuori mercato. Eppure si perservera. Si chiama il ministero del Lavoro per ottenere ammortizzatori sociali per una crisi che non c'è. Piuttosto occorrerebbe ricordare che solo di liquidazione l'ex amministratore delegato Flavio Cattaneo ha ottenuto 25 milioni per 15 mesi di lavoro in Tim. Un costo di un quarto dell'intera manovra di Cigs attuale che riguarda però ben 29 mila dipendenti. Un abisso di valutazioni. Oppure andrebbe chiesto all'amministratore Genish, espressione del socio forte francese Vivendi, a cosa servono e soprattutto cosa producono di valore aggiunto quei 223 milioni che la società ha speso nel solo 2017 a livello consolidato sotto la voce consulenze e prestazioni professionali. Un costo che è più del doppio del risparmio che si otterrà dall'operazione cassa integrazione. Tra l'altro quei costi per le consulenze sono addirittura aumentati. Nel 2016 la spesa era stata di 186 milioni. Anche in questo caso ben superiore ai risparmi della manovra taglia-costi del lavoro. Se si cerca efficienza a *go-go* forse non è su salari e stipendi che i manager di Tim

dovrebbero guardare, ma invece su altri costi, più opachi e sulla cui opportunità andrebbe fatta luce. Nel bilancio del 2017 a livello di gruppo c'è una voce che vale ben un terzo del totale dei costi del lavoro. È la voce "altri costi operativi" che è ammontata in quell'anno alla cifra di 1,2 miliardi. Non pochi (per essere rubricati sotto la voce altri costi) e tra l'altro in aumento di oltre 100 milioni sull'esercizio 2016. Proprio quei 100 milioni che ora si vogliono recuperare intervenendo, chiamando in causa gli ammortizzatori pubblici, sul costo dei dipendenti. O forse il risparmio sui lavoratori recupera in parte la maxi-sanzione da 74 milioni comminata da Calenda per aver omesso di comunicare il cambio di controllo nell'era Vivendi. Sarà. Ma si sa, tagliare sul personale è sempre la strada più agevole. E più sfruttata dai manager multimilionari che devono presentare trimestre su trimestre conti sempre più brillanti. Ne va dei loro ricchi bonus come la storia di Tim e non solo dimostra. La società, però, non ci sta: spiega che si è arrivati a questa conclusione per l'ostracismo dei sindacati, "avevamo proposto la solidarietà espansiva a dicembre. E ci è stato risposto picche".

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**I tagli**

**SOLO SUL LAVORO**

Pochi giorni fa Tim ha annunciato l'ennesimo piano di ristrutturazione, tutto sulle spalle dei dipendenti: cassa integrazione a rotazione per 29 mila lavoratori. Previsti 29 giorni di cassa l'anno per ognuno



**Miliardi**  
Gli utili netti di Tim nel 2017: ogni 100 euro incassati, 6,4 si trasformano in ricchezza netta



**Miliardi**  
I ricavi di Tim nel 2017, con un margine industriale lordo di 7,8 miliardi: un risultato invidiabile



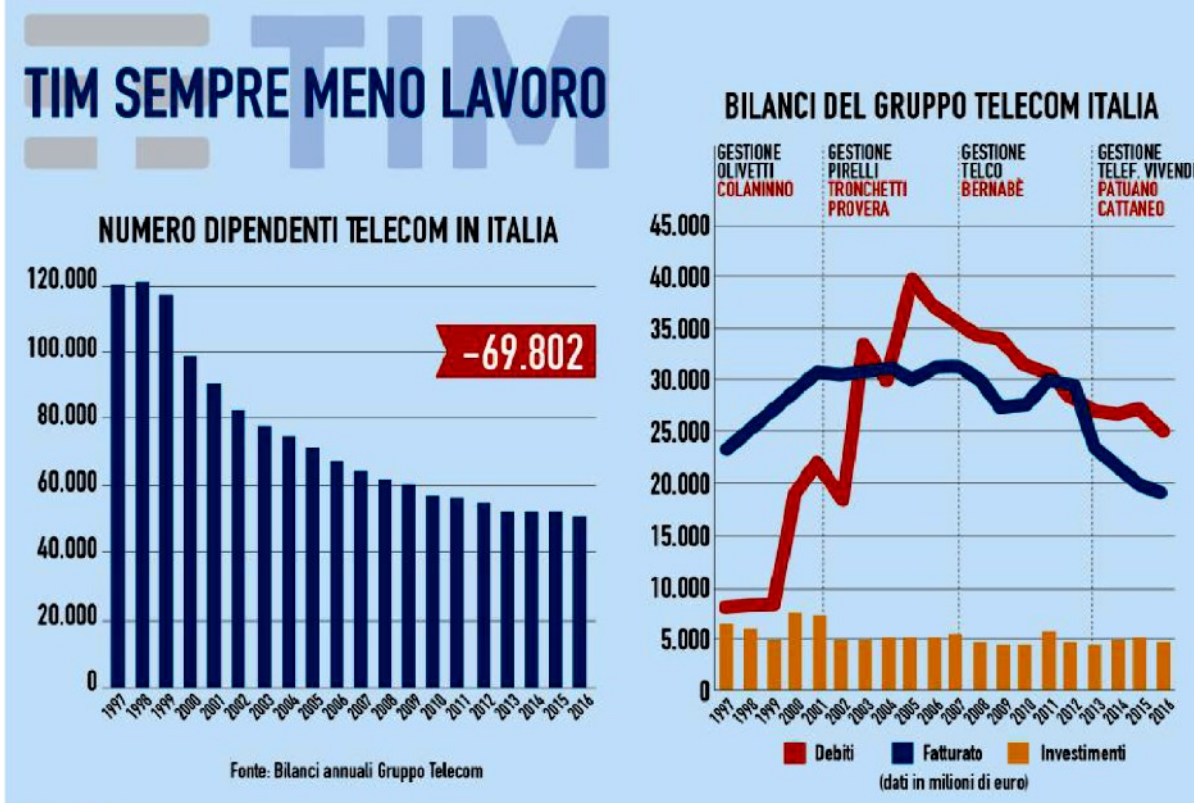
**Milioni**  
La cassa integrazione produrrà 100 milioni di risparmi: il costo del personale per 2.800 unità



**Milioni**  
Il costo per consulenze esterne e prestazioni professionali nel 2017, in aumento rispetto ai 186 milioni dell'anno precedente



**Milioni**  
La liquidazione ottenuta dall'ex amministratore delegato, Flavio Cattaneo, per soli 15 mesi di lavoro in Tim



**Sforbiciate** Ennesimo piano di ristrutturazione per il colosso telefonico Ansa



# Iliad, lo sbarco in Italia aiuta gli utenti e spaventa il settore

**La campagna di Niel** Il Gruppo francese entrerà a giugno con offerte a prezzi molto bassi per schiantare i concorrenti. Una manna per i consumatori, ma si rischiano nuovi esuberanti

**La strategia sul mobile**  
Punta a rientrare solo dei costi. In Francia fece crollare le tariffe, ma da noi sono già calate molto

» **FIORINA CAPOZZI**

“**N**oi ci guadagniamo anche solo con 2 euro, vi state facendo fregare”. L’industriale Xavier Niel aveva spiegato così ai francesi che la telefonia mobile d’Oltralpe era davvero troppo cara. Era il gennaio 2012 e la sua Iliad, dopo aver rivoluzionato il mercato dell’Adsl, entrava nella telefonia mobile. Quella frase torna d’attualità ora che l’azienda transalpina si appresta a sbarcare in Italia entro il 21 giugno. Con quali promesse? Abbattere i costi e rendere più trasparente il mercato. Inutile dire che i propositi di Iliad sono musica per le orecchie delle associazioni dei consumatori sul piede di guerra contro gli attuali operatori, Tim, Vodafone e Wind-Tre, per la fatturazione a 28 giorni e gli sconti vincolati a clausole e postille di ogni genere. Servirà però ancora qualche giorno per vedere poi effettivamente come Iliad declinerà le sue promesse: al momento, le offerte commerciali del futuro quarto operatore italiano sono ancora *top secret*.

**PER AVERE** un’idea del potenziale di aggressività di Iliad basti pensare che nel 2012, ad appena due mesi dall’ingresso sul mercato francese, le tariffe della telefonia mobile scesero dell’8% per arrivare a perdere l’11% sull’intero anno e il 27% nel 2013. Rispetto a sei anni fa, però, il mercato della telefonia si è sgonfiato perfino nell’ingessata Italia e i margini per abbattere i prezzi non

sono più così ampi: secondo gli ultimi dati dell’Agcom, l’authority delle telecomunicazioni, tra il 2012 e il 2016 in Italia le tariffe sono già scese del 22%. Per Iliad, però, possono ancora essere ridotte, erodendo i margini degli operatori che, come accaduto in Francia, saranno poi probabilmente obbligati a tagliare spese e personale (cioè esuberanti). “Se si considerano tutti gli extra-costi generati da contratti opachi, c’è spazio per ridurre i prezzi”, spiega al *Fatto* l’amministratore delegato di Iliad in Italia, Benedetto Levi. Per questo, con un sito *ad hoc*, Iliad ha invitato gli utenti italiani a “cambiare il mondo della telefonia”, come in Francia dove le offerte Free (il suo marchio) sono ancora oggi a prezzi stracciati. A Parigi bastano appena due euro per avere due ore di conversazione, sms e mms senza limiti e 50 Giga di navigazione Internet. Ce ne vogliono invece 19,99 per un tutto compreso senza limiti voce e dati. Offerte così aggressive suonano come una dichiarazione di guerra per gli altri operatori che da anni in Italia si spartiscono un mercato da 16 miliardi. Nell’aria c’è un certo nervosismo, come testimonia il fatto che Vodafone si sia premurata a registrare in Italia il marchio Free, per sfilarlo al rivale. O ancora che Tim abbia deciso di lanciare l’operatore *low cost* Kena Mobile per “prevenire” le offerte a buon mercato di Iliad, il cui proprietario, a un certo punto, aveva anche fatto capolino nel capitale dell’ex monopolista presidiato a suo tempo dalla Vivendi di Vincent Bolloré. Dal canto suo, Iliad mantiene il massimo riserbo non solo sulle future offerte commerciali, ma anche sugli obiettivi della campagna d’Italia. Per ora il Gruppo ha svelato solo che punta a rientrare dei costi con una quota di mercato inferiore al 10%. Ma in Francia, ha riferito l’agenzia Afp, corre voce che il gruppo di Niel punti al 15% nel giro di un paio di anni e al 25%

sul medio termine.

**INTANTO**, si legge nel bilancio di Iliad, “nel quadro dello sviluppo del suo progetto italiano, il gruppo ha investito 314 milioni nel 2017 di cui 50 per l’acquisto delle frequenze da Wind/Tre e 220 versati allo Stato per il rinnovo delle frequenze 1800 MHz fino al 2029”. L’investimento, che ha fatto scattare oltre 150 assunzioni in Italia, è destinato a salire nella fase di start-up pesando sul gruppo che, in occasione della presentazione dei conti del primo trimestre 2018, ha subito una pesante batosta in Borsa (-18%) per via di una performance inferiore alle attese. Ma a Parigi l’impressione è che si tratti di un incidente di percorso che non frenerà il progetto di internazionalizzazione. Un piano che in Italia partirebbe dalla telefonia mobile per poi allargarsi a quella fissa e toccare infine i contenuti, segmento che Oltralpe Niel, assieme all’ex banchiere di Lazard, Matthieu Pigasse, presidia non solo con una consistente quota nel quotidiano *Le Monde* (attivo nel rivelare i guai del rivale Bolloré) e nel settimanale *L’Obs*, ma anche con il fondo d’investimento Mediawan. “Oggi siamo concentrati sul lancio dei servizi di telefonia mobile per portare trasparenza in un mercato in cui i tre principali operatori si dividono la torta e non hanno interesse a smuovere lo *status quo* – conclude Levi -. Siamo interessati al 5G nell’ambito del nostro progetto di sviluppo. Nella seconda fase penseremo al fisso, ma al momento è prematuro parlare d’altro benché sia nel dna dell’azienda”.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**La scheda**

■ **ILIAD** è una compagnia telefonica francese, partita dall’Adsl e poi passata nel 2012 alla telefonia mobile. Si è fatta conoscere per le tariffe basse

■ **LA SOCIETÀ** si sta preparando per sbarcare in Italia. Nel 2017 ha investito 314 milioni, di cui 50 per acquistare le frequenze da Wind/Tre e 220 versati allo Stato italiano





**La coppia** Il presidente francese Emmanuel Macron con Xavier Niel di Iliad *Ansa*

*Intanto il progetto italiano resta congelato in attesa di una posizione del nuovo governo*

# Web tax, via alla consultazione

## Il Mef chiede pareri sulla proposta della Commissione Ue

DI **MATTEO RIZZI**

**W**eb tax Ue, al via la procedura di consultazione pubblica del ministero dell'economia e delle finanze. Il 16 maggio il Mef ha avviato una consultazione sulla proposta della Commissione europea presentata il 21 marzo scorso per garantire un'equa tassazione dell'economia digitale. Attraverso la consultazione pubblica, che durerà fino al 22 giugno, si vuole offrire la possibilità ad una platea di interessati, associazioni economiche professionali, professionisti, centri di ricerca/università, cittadini, di fornire osservazioni e commenti in merito alla proposta della Commissione. Proposta europea composta da due misure: una temporanea e una di lungo periodo. La misura temporanea prevede una tassazione del 3% del fatturato europeo di tutte le multinazionali con entrate totali annue a livello mondiale di almeno 750 milioni di euro e entrate nell'Unione europea per almeno 50 milioni di euro. Misura che andrebbe a colpire il fatturato derivante dalla vendita di spazi pubblicitari online, da attività di intermediazione digitale, e quello creato dalla vendita di dati. La proposta a lungo termine, invece, dovrà delineare i principi della stabile organizzazione digitale che consentirà di tassare i profitti delle operazioni compiute senza una presenza fisica. Secondo il progetto, saranno soggette a tassazione le aziende che rispettano almeno 7 milioni di euro di entrate annuali in uno stato membro, oltre 100.000 utenti all'anno, oppure oltre 3.000 contratti di business per servizi digitali in un anno. Le nuove regole avranno lo

scopo di modificare il modo in cui i profitti sono allocati tra gli stati membri, rispecchiando al meglio i meccanismi della creazione di valore online: come il luogo in cui si trova l'utente al momento dell'operazione e non la residenza fiscale della società. Intanto, la web tax italiana è congelata. Il decreto attuativo della nuova imposta introdotta dall'ultima legge di Bilancio avrebbe dovuto essere emanato entro il 30 aprile. Ma il provvedimento del Mef non è ancora arrivato, sarà quindi il nuovo governo a decidere quale sarà la posizione da prendere rispetto all'imposta diretta ai giganti web. Le opzioni possibili possono considerare sia la strada autonoma nazionale, partecipare al progetto dell'Unione europea o attendere la proposta Ocse prevista per il 2019. Infatti, sia a livello europeo che mondiale si sta decidendo se aspettare una decisione dell'Ocse rispetto al tema. La maggior parte degli stati europei rimangono comunque a favore. I pochi paesi contrari alla misura europea, che vogliono attendere la proposta Ocse, sono i piccoli paesi che traggono vantaggio attraverso il dumping fiscale e che quindi si vedrebbero mancare delle entrate a causa delle modalità di calcolo di ripartizione dei proventi derivanti dalla tassazione delle attività digitali. A livello mondiale, il comitato di esperti delle Nazioni Unite per la cooperazione internazionale in materia fiscale proprio in questi giorni ha annunciato di non voler aspettare l'Ocse prima di procedere con il proprio lavoro e raggiungere un consenso tra i paesi entro il 2020.

© Riproduzione riservata

