

Rassegna del 23/07/2018

L'Economia del Corriere della Sera	2	Denaro sommerso La passione per i contanti: troppe sfumature di nero - I troppi fan del nero	De Bortoli Ferruccio	1
L'Economia del Corriere della Sera	30	Pagare con le «app», quando conviene - Guida sicura a un'estate senza contanti	Gadda PierEmilio	4
L'Economia del Corriere della Sera	3	Punti di vista - La resistenza (costosa) del contante	Saldutti Nicola	9
Giorno-Carlino-Nazione Economia&Lavoro	11	Boom delle transazioni digitali L'impronta è l'ultima frontiera: pagamenti a portata di pollice	Telara Andrea	10
Giorno-Carlino-Nazione Economia&Lavoro	13	Intervista ad Anna Omarini - Transazioni web, banche in prima linea «Gli smartphone la chiave del successo Ma ora scatta la selezione darwiniana»	Gozzi Alessia	12
Giorno-Carlino-Nazione Economia&Lavoro	12	Satispay raccoglie altri 10 milioni L'app via mobile sbanca l'Italia Ora l'obiettivo è uscire dai confini	Baroni Nicola	14
Repubblica Affari&Finanza	12	Criptovalute in campo Ibm e Svizzera e i prezzi ripartono - Ibm e Svizzera rilanciano le criptovalute	Bini Flavio	16
L'Economia del Corriere della Sera	21	Phishing d'state la minaccia è mobile	Sottocorona Chiara	19
L'Economia del Corriere della Sera	20	Eresie digitali - Dati, algoritmi e abusi: chi difende i consumatori	Segantini Edoardo	21
Giorno - Carlino - Nazione	11	Intervista ad Andrea Zapparoli Manzoni - «Sempre connessioni criptate e l'antivirus»	Belardetti Alessandro	22
Giorno - Carlino - Nazione	10	Mare, aeroporti e hotel «Wi-fi gratis in vacanza ma attenti alle truffe» - Incubo hacker Reti libere ma insicure «A rischio dati e soldi»	Belardetti Alessandro	24
Repubblica Affari&Finanza	1	Airbnb sotto l'assedio di Europa, comuni e Fisco ma fa il pieno di profitti - Airbnb sotto assedio ma fa il pieno di utili	Frollà Andrea	26
Repubblica Affari&Finanza	6	Mukesh Ambani viene dall'India l'anti Jack Ma - Mukesh Ambani dal petrolio all' e-commerce per superare Jack Ma	Santelli Filippo	30
Repubblica Affari&Finanza	23	Intervista a Carlo Nosedà - Nosedà (lab): "La pubblicità su internet supera quella in televisione" - Il sorpasso della pubblicità sul web "Anche in Italia va meglio della tv"	Occorsio Eugenio	33
L'Economia del Corriere della Sera	6	Invidie transatlantiche la geopolitica di Google	Taino Danilo	35
Repubblica Affari&Finanza	24	Vodafone irrompe nell'Internet of things i nuovi prodotti intelligenti per auto e casa	Romiti Maria_Luisa	37
Giorno-Carlino-Nazione Economia&Lavoro	7	Intervista a Matteo Flora - Reputazione digitale, oro delle imprese «Aiutiamo brand e manager a gestirla Il web ci dice quanto vale un'azienda»	Laganà Daniela	39
Messaggero	8	Intervista ad Alessandra Ghisleri - «Si va in rete più che per avere notizie per cercare conferme alle proprie idee»	Pirone Diodato	41
Messaggero	8	«Social non credibili» l'87% non si fida più - «Social non credibili» l'87% non si fida più	Arnaldi Valeria	42
Sole 24 Ore - Norme e Tributi	19	Misure anti-giochi, nei divieti entrano le insegne delle sale	Mirto Pasquale	44
Corriere della Sera	7	Intervista a Matteo Salvini - «Bruxelles riveda le regole» «Nella prossima manovra il taglio delle tasse Andreino oltre i numeri Ue»	Galluzzo Marco	45
L'Economia del Corriere della Sera	6	Il punto - Alitalia, Rai Cassa Depositi: i segnali stonati	Manca Daniela	48
ESTERA				
Financial Times	13	Amazon porta la sua battaglia contro Google sullo schermo Tv	Waters Richard - Bradshaw Tim - Khan Meheren	49
Echos	20	L'operatore svedese di telecomunicazioni Telia si lancia nella tv e nello streaming	Jacob Antoine	50
Financial Times	9	Puntare i riflettori sul potere nella Silicon Valley	Foroohar Rana	51

DENARO SOMMERSO LA PASSIONE PER I CONTANTI: TROPPE SFUMATURE DI NERO

di **Ferruccio de Bortoli**
e **Nicola Saldutti**

2

Finanza

I CONTI IN (DIS)ORDINE

Secondo la Commissione Giovannini il controvalore annuale dei pagamenti che vengono effettuati evadendo (soprattutto l'Iva) ammonta a 80 miliardi di euro

Eppure, nonostante il danno erariale, non c'è rischio reputazionale, non ci si vergogna.

Anzi, pagare o essere pagati senza ricevute, assomiglia molto a una apertura di credito

I TROPPI FAN DEL

NERO

di **Ferruccio de Bortoli**

È proprio vero che il nero, inteso come colore, sta bene su tutto. Anche in economia. È assai meno elegante, ma non stona. Forse sta bene anche alla maggioranza lega-stellata che non sembra preoccuparsi tanto di una delle malattie genetiche del nostro Paese: la diffusione dei pagamenti in nero.

Non solo per evadere, specialmente l'Iva, ma anche — ed è questo forse il dato più amaro sotto il profilo antropologico — per esaltare una libertà e segnare un'intimità fra soggetti. Comportamenti che molti, se non troppi, considerano persino virtuosi. Lo Stato è giudicato occhiuto, oppressivo e spesso, a ragione, inefficiente. Dunque, perché dargli qualcosa che sicuramente sprecherà in attività ritenute a torto distanti dalla nostra vita quotidiana.

Grandi assenze

L'offerta di pagare o essere pagati senza ricevute o fatture è una reciproca apertura di credito. Quasi una promessa di amicizia. Un gesto di fiducia che implica, nella violazione della legge, l'affermazione, a volte orgogliosa e manifesta, di uno stato di necessità. Nell'esaltazione

della furbizia, le comunità muoiono. Ma il nero, a riprova delle sue insidiose qualità, non suscita alcuna riprovazione pubblica. Non ci si vergogna. Non c'è un rischio reputazionale. Così fan tutti. La stima annuale dei pagamenti che avvengono in nero, che si può desumere dai lavori della Commissione Giovannini, è di 80 miliardi.

Nel contratto per il governo del cambiamento non si parla mai in maniera compiuta della piaga dei pagamenti in nero, se non nell'ambito di una generica lotta all'evasione e fiscale. Eppure abbiamo ancora nelle orecchie quello slogan ritmato «onestà, onestà», gridato in più occasioni dai Cinque Stelle, movimento al quale sono andati i consensi di tanti italiani delusi da scandali e favoritismi.



Non sappiamo se il decreto cosiddetto Dignità favorirà, come afferma Confindustria, il ricorso al lavoro nero. Il precedente governo, per disinnescare il referendum della Cgil, tolse i voucher. La Lega li vorrebbe reintrodurre. Ci furono molti abusi, è vero, ma anche l'emersione di tanti rapporti di lavoro irregolari. «Negli appalti — spiega Michele Corradino commissario dell'Anac e autore del libro «È normale, lo fanno tutti» (Chiarelettere) — ormai tutto è tracciato, identificato. Il ricorso al lavoro nero o a pagamenti in nero può avvenire nel subappalto. Favorito anche dal criterio del massimo ribasso, peraltro applicato ora solo in forma marginale».

Il nodo dell'Iva

Come emerge dall'ultima relazione della Corte dei Conti, lo split payment, ovvero il versamento dell'Iva da parte della pubblica amministrazione per beni e servizi acquistati dai privati, ha prodotto una significativa riduzione dell'evasione, del cosiddetto tax gap. Il gettito Iva del 2017 è stato di 130 miliardi, in crescita del 4 per cento. Lo split payment, in vigore dal gennaio del 2015, ha assicurato 11 miliardi. Rinunciarvi del tutto sarebbe stato non solo molto costoso ma infinitamente diseducativo. Si è scelta, con il decreto 87/2018, una soluzione light, escludendolo per i soli professionisti. Hanno vinto le ragioni di bilancio sulle osservazioni, non sempre infondate, relative alla gestione della liquidità delle imprese. Ma si continuano a trascurare i danni di un messaggio che scambia la propensione al nero per una scelta di pura necessità. Come l'evasione che si promette di sanare con un condono dalle dimensioni ancora incerte.

Qualcosa di analogo accade con la fatturazione elettronica, la cui introduzione per i subappalti pubblici e per gli operatori della filiera dei carburanti, è scattata lo scorso primo luglio. L'ultimo decreto ne ha prorogato l'applicazione per i soli distributori stradali. Si discute ora di non applicare per i primi sei mesi le sanzioni quando, il primo gennaio del 2019, la fatturazione elettronica dovrebbe essere obbligatoria per tutti. Semplificare è necessario — sono misure che hanno costi e fastidi elevati per chi è in regola — ma dare l'impressione che modernizzazione e tracciabilità siano un calice amaro da bere con lentezza accontenta solo le lobby.

I limiti al cash

La lotta all'uso del contante non sembra essere una

priorità di questa maggioranza. Del resto fu il governo Renzi ad elevare il limite nell'uso delle banconote a 3 mila euro con la legge di Stabilità, allora si chiamava così, del 2016. Il vicepremier Matteo Salvini ha detto, in più di una occasione, di essere favorevole alla libertà assoluta nell'uso del contante. In controtendenza con quello che accade a livello internazionale con l'esclusione di alcuni Paesi, come la Germania, che però hanno ben altra disciplina fiscale. In Cina persino i mendicanti per strada mostrano il Qr ai passanti chiedendo un loro versamento. Da noi sopravvive la filosofia del contante come espressione della libertà individuale. Salvo poi mettere tutto di

noi stessi sui social network a beneficio dei giganti del web che di tasse ne pagano assai poche.

Nella pubblica amministrazione

«C'è un'altra categoria di nero di cui si parla poco — è l'opinione di Massimiliano Atelli, procuratore capo per la Val d'Aosta della Corte dei Conti — ed è quella del doppio lavoro occulto dei dipendenti pubblici. Un esempio? I professori universitari che possono scegliere tra tempo pieno, dedicandosi solo all'insegnamento, e tempo definitivo con minore stipendio, svolgendo altri incarichi. Sono numerosi i casi in cui ciò avviene anche con il tempo pieno». E l'esempio dell'uso del nero viene anche da insegnanti ed educatori.

Il reato di appropriazione indebita dovrebbe colpire, con pene lievi, quegli amministratori che costituiscono fondi neri o partite fuori bilancio. Ai tempi di Mani Pulite è stata la norma che ha consentito di perseguire fenomeni di finanziamento illecito dei partiti con il paradosso che la corruzione diventava di fatto deducibile fiscalmente e, dunque, a carico di tutti. «Oggi con il decreto legislativo 36 del 2018 — spiega il magistrato Fabio Di Vizio — opera del precedente governo ma in vigore dal 9 maggio, è previsto che il reato di appropriazione indebita, aggravato in danno di società, non sia più punibile d'ufficio, a meno che non vi sia una recidiva, ma solo su querela. È ragionevole attendersi la querela dello stesso amministratore che si è appropriato di risorse della società? Nessuno ne discute». La battaglia contro il nero in una società che non lo disprezza né lo teme e forse, sotto sotto, lo ama, è ardua. Impopolare. E di sicuro non porta voti, anzi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

0,53%**10****E**
● Addio busta paga «liquida»

Un altro passo avanti nella lotta al nero. Dal primo luglio è scattato l'obbligo della tracciabilità dello stipendio previsto dalla legge di Bilancio (governo Gentiloni). Le forme di pagamento consentite sono tutte quelle che lasciano traccia: bonifico, pagamento elettronico, in contanti allo sportello o assegni, pena sanzioni da 1.000 a 5.000 euro. La misura vale anche per i co.co.co., lo smart working, gli stage. La norma precisa che la sola firma della busta paga da parte del lavoratore non costituisce più prova del pagamento dello stipendio. Restano esclusi «i rapporti di lavoro instaurati con le pubbliche amministrazioni e i rapporti di lavoro domestico con badanti e colf che lavorano per almeno 4 ore al giorno presso lo stesso datore di lavoro»

Il peso
dei contanti sul Pil italiano. La media europea è dello 0,46% (Dati Cashless Society di Ambrosetti, marzo 2017)

Miliardi
Il costo della gestione del cash per il sistema Paese

80

Miliardi
La stima annuale dei pagamenti in nero secondo la Commissione Giovannini

**Al governo**

Dall'alto: il premier del governo penta-leghista Antonio Conte e il ministro degli Interni Matteo Salvini favorevole a eliminare i limiti all'uso dei contanti

PAGARE CON LE «APP», QUANDO CONVIENE

di Pieremilio Gadda

30

Guida sicura a un'estate senza contanti

Crescono in maniera esponenziale (+50%) le transazioni contactless: 25 miliardi di operazioni. In campo i big del tech e delle carte di credito

servizio a cura di **Pieremilio Gadda**

Il livello di sicurezza è pari a quello dei bancomat e in molti casi il servizio è gratis, o con micro commissioni

Inviare piccole somme di denaro a parenti e amici, attraverso lo smartphone. Facile come mandare un messaggio da WhatsApp e con l'accredito in tempo reale. Saldare col telefonino, senza estrarre mai il portafoglio dalla tasca, il conto al ristorante, il noleggio dell'ombrellone o l'acquisto appena effettuato in negozio. Ma anche il ticket della sosta nei parcheggi dell'aeroporto. E, per chi resta in città, pure il biglietto per una corsa in metropolitana, direttamente al tornello: in modalità contactless, cioè senza contatto.

Per pagare una multa trovata ad accoglierci al ritorno dalle vacanze, invece, basterà inquadrare il QR code stampato sul bollettino e autorizzare il pagamento con un «tap» sul telefono, per non pensarci più. Insomma, chi non ha ancora sperimentato l'uso dello

smartphone come strumento di pagamento, quest'estate avrà molte più occasioni per mettersi alla prova. Sapendo di poter contare su livelli di sicurezza analoghi a quelli delle carte di credito o del bancomat. E su una comodità impagabile, se paragonata all'uso del contante (al netto di qualche esercente ancora bisognoso di fare pratica). E, in molti casi, potendo contare sulla gratuità del servizio o su commissioni di pochi centesimi. Da verificare, anche con l'aiuto della tabella pubblicata in queste pagine, per accertarsi che i costi siano ragionevoli.

Il terzo sfidante

Del resto, i numeri dicono che l'uso del mobile al posto del cash è in forte aumento, sebbene i dati siano ancora poco rilevanti rispetto alle carte di plastica. Secondo l'Osservatorio mobile payment commerce del Politecnico di Milano, nel 2017 i pagamenti innovativi — effettuati con il mobile o in modalità contactless — hanno sfiorato i 25 miliardi di euro di transato, il 10% circa dei volumi circolati su carta di credito o debito. I tassi di crescita sono però sorprendenti: 60% (mobile) e 150% (contactless) su base annua.

Le transazioni senza contatto, in particolare, sono state trainate dall'arrivo

di Apple Pay, cui si è aggiunto, lo scorso marzo, lo sbarco di Samsung Pay. Entro l'anno è atteso il terzo sfidante, Google Pay. E per i turisti cinesi c'è anche Alipay.

Intanto, nel 2017 sono stati pagati con il cellulare 8 milioni di parcheggi in 240 comuni, e servizi di car sharing o bike sharing per un totale di 76 milioni di euro, più 41%. «Nel 2018 i pagamenti mobile di prossimità, cioè in negozio o al ristorante, prenderanno finalmente piede —, rileva Ivano Asaro, condirettore dell'Osservatorio mobile payment commerce del Politecnico di Milano —. Si osserva una dinamica molto simile a quella già vista con il contactless: ci sono voluti alcuni anni di rodaggio, poi all'improvviso è arrivata una crescita esponenziale».

Quale tecnologia vincerà sul fronte dei pagamenti via smartphone? «Credo che diverse soluzioni siano destinate a convivere: per certe transazioni, il contactless sarà imbattibile. Pensiamo alla possibilità di pagare il biglietto della metropolitana direttamente al tornello, senza nemmeno inserire il pin. In altri casi, invece — annota Asaro — sarà più vantaggioso pagare peer-to-peer, per esempio per sfruttare eventuali sconti o promozioni, come il cash back».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le 22 applicazioni per scambiarsi denaro

Le WhatsApp per trasferire soldi

Comode, sicure e (quasi) gratuite

Sono 22 le WhatsApp dei pagamenti censite dall'Economia. Tutte permettono di effettuare trasferimenti di denaro, tra privati, da 60 euro in su (vedi tabella). Ideale per dividere il conto del ristorante dopo una cena tra amici, con accredito in tempo reale sul conto. Basta aprire l'app, trovare in rubrica il destinatario (cui è associato l'Iban del conto corrente, in automatico, se aderisce al servizio) e autorizzare il pagamento, digitando il codice di sicurezza.

Con lo stesso meccanismo, da qualche tempo, alcuni operatori permettono anche di fare shopping nei negozi, tramite geo-localizzazione. Satispay, con i suoi 340mila utenti attivi, ha già convenzionato 44mila esercenti in tutta Italia: accanto a migliaia di piccoli bar e ristoranti, ci sono anche grandi catene e brand noti come, Esselunga, Coop, Eataly, Pam, Yamamay, Motivi, Trenord, Benetton, Grom, Total Erg, Kasanova, per citarne alcuni. Jiffy, la piaffaforma per i pagamenti sviluppata da Sia, dichiara una base di utenti attivi pari a cinque milioni. Ma le 130 banche che vi hanno aderito sono un po' indietro nello sviluppo commerciale del p2b, peer-to-business. Solo due gruppi, Intesa Sanpaolo e Ubi banca, hanno iniziato a investire su questo canale, avviando partnership con negozi e grande di-

stribuzione (validi però anche per gli utenti di tutte le altre banche che hanno integrato Jiffy nella propria app). «Sono circa 2000 gli esercenti già attivi, ma i numeri stanno crescendo rapidamente», dichiara Marco Polissi, responsabile Jiffy di Sia. Intanto, sono in fase di test alcuni supermercati di Carrefour, entro fine mese il servizio sarà attivo su tutti i punti vendita del gruppo francese (compresi gli Iper). Il servizio è in fase di collaudo anche su alcuni negozi di Esselunga.

Da dieci giorni, inoltre, è operativo l'accordo tra Ubi banca, Sia e la Società esercizi aeroportuali (Sea), che consente di pagare la sosta ai parcheggi P2 e P3 dell'aeroporto di Milano Bergamo grazie a Jiffy, associando il numero di cellulare alla targa del proprio veicolo.

Gli altri due operatori attivi nel peer-to-business, sono Tinaba e Hype. La creatura di Matteo Arpe sta muovendo i primi passi: ha fatto accordi, tra gli altri, con 400 stazioni Ip e Uritaxi (7.000 taxi in 14 città, tra cui Milano, Roma, Firenze e Palermo) e alcune decine di negozi. Il p2b di Hype (Banca Sella) non sembra decollare. I negozi convenzionati sono concentrata nella zona di Biella. La società pare aver scommesso soprattutto sulla tecnologia contactless. E non è la sola.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il «pubblico» si adegua

Multe, bollette, bollo auto, ticket: basta un'inquadratura e sei salvo

L'evoluzione del p2b, i pagamenti verso utenti business come i negozi, è il p2g, dove la «g» sta per government. Se molti correntisti sono già abituati a pagare il bollo auto e qualche bollettino con l'app della propria banca, qui si introduce una modalità molto più facile. È sufficiente aprire l'applicazione, inquadrare con la fotocamera dello smartphone il QR Code (o inserire i codici riportati sul bollettino), per pagare tasse, multe, bollo auto, ticket sanitari, mense scolastiche e molto altro.

Avendo completato da tempo l'integrazione con PagoPA, il sistema unico di pagamento della pubblica amministrazione, Satispay è già partita, un mese fa. Il servizio costa un euro. Jiffy sarà pronta dopo l'estate. Il sistema garantisce un riscontro immediato dell'avvenuto pagamento. Ad oggi quasi 19mila enti della pubblica amministrazione hanno aderito a PagoPa. Si raggiungerà quota 60mila, stima Satispay, entro fine anno. «La possibilità di ricevere sullo smartphone una notifica di pagamento con importi precompilati, relativi ad esempio alla mensa scolastica, da autorizzare con un semplice clic sul telefono o con la propria impronta digitale, semplifica enormemente una serie di incombenze. Non solo —

spiega Marco Polissi, responsabile Jiffy di Sia —. Il p2g apre una vasta gamma di possibilità ancora inesplorate».

Se è possibile associare al numero di telefono la targa del proprio autoveicolo (vedi box in pagina), allo stesso modo, «domani si potrà usare l'app come vero e proprio strumento di identificazione, per avere accesso a una serie di servizi, bancari e non», spiega Polissi. Un esempio è l'apertura di un conto corrente online, che quasi sempre oggi richiede l'invio di un bonifico da un altro conto, a titolo di riconoscimento, come previsto dalla normativa anti-riciclaggio. Con l'app, tra non molto, la procedura potrebbe essere immediata. «Intanto entro poche settimane lanceremo la funzione di ecommerce, integrata all'interno dell'applicazione», spiega Polissi.

Sullo stesso campo da gioco, si è mossa anche Tinaba, che pochi giorni fa ha abilitato lo shopping online, annunciando l'accordo con il portale ePrice. Anche Hype, Nexi Pay e un peso massimo come Poste Italiane, con la sua Poste Pay, stanno investendo molto sul canale ecommerce. Ovviamente integrato nell'app per i pagamenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le nuove opportunità del contactless

Apple, Samsung e gli altri, e con la carta si prende anche il metrò

Il contactless vale 18 miliardi di euro e sta crescendo a tripla cifra. Nel 2020 varrà il 35% del mercato. Già oggi quasi 51 milioni di carte, la metà di quelle in circolazione, e 1,4 milioni di Pos (più di uno su due) sono abilitati al pagamento senza contatto.

Ma se il fenomeno è in rapida ascesa, lo si deve, più che all'infrastruttura, al cambiamento nelle abitudini dei consumatori. Il merito è anche di Apple Pay e Samsung Pay. «Ci aspettiamo che facciano numeri importanti già nel corso dell'anno, il riscontro degli utenti è molto positivo, grazie alla semplicità di utilizzo», dichiara Ivano Asaro, del Politecnico di Milano. Basta avvicinare la carta o il telefonino a un Pos abilitato e autorizzare la transazione tramite il sensore a impronte digitali o il proprio Pin (solo per importi superiori ai 25 euro). Il terzo sfidante, Google Pay, dovrebbe arrivare entro l'anno. Intanto alcune banche hanno sviluppato, in parallelo, progetti autonomi. Vale la pena ricordare che la tecnologia contactless può essere declinata in tre modelli differenti: la funzione di pagamento può essere memorizzata nella sim del telefono, come con Vodafone (funziona con tutte le carte), Bancoposta e Ubi. Nello smartphone, come Apple Pay. O nel cloud, la nuova informatica, la

soluzione scelta da Intesa Sanpaolo, Unicredit, Banca Sella, Nexi Pay e Bnl, tra gli altri. A prescindere dalla formula utilizzata, è più o meno come incollare una carta contactless sul telefonino. Con enormi vantaggi — si può contare su un'infrastruttura già molto robusta e capillare — ma anche qualche neo: questa tecnologia, infatti, si appoggia ai circuiti delle carte di credito tradizionali e quindi incorpora la stessa struttura di commissioni a carico degli esercenti. I sistemi di pagamento p2p, invece, aggirano l'architettura delle transazioni con carta, permettendo di abbattere i costi.

Su fronte contactless comunque ci sono due novità in arrivo. Da un lato, questa tecnologia è scesa nella metropolitana di Milano, come già a Londra, Mosca, Chicago, Singapore e Vancouver. Atm, supportata in questo progetto da Intesa Sanpaolo, Sia, Aitek e Microsoft, ha dotato tutte le 113 stazioni del metrò di un passaggio dedicato con Pos, sia in entrata che in uscita, che consente ai clienti di avvicinare semplicemente la carta contactless (o lo smartphone abilitato) per far scattare il tornello, senza commissioni aggiuntive. Si sta procedendo al raddoppio dei dispositivi. E in 130mila l'hanno già provato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Smartphone sempre più versatili

L'ultima frontiera: le applicazioni che ti fanno (anche) risparmiare

Dai pagamenti al risparmio il passo è breve. Sono diverse le app di mobile payment che consentono di mettere da parte piccole somme, da destinare ad acquisti futuri, ma non solo. Una funzione disponibile, ad esempio, con Tinaba: si sceglie la cifra da accantonare e la frequenza, partendo da un obiettivo. Con Hype, analogamente, si definisce una data entro cui realizzarlo e un importo; l'app in automatico accumula una quota ogni giorno, in base al plafond disponibile. Da una settimana anche Satispay ha aggiunto il risparmio tra i servizi disponibili. Consente di creare fino a 20 salvadanaï, ciascuno associabile a un nome e un obiettivo specifici — «Vacanze 2018, 1000 euro», «Dentista, 500 euro», da alimentare attraverso tre meccanismi: spiccioli, per accantonare il resto di ogni transazione arrotondata all'euro; cashback, se si preferisce mettere da parte lo sconto ricevuto in occasione del pagamento, se sono attive delle promozioni. Mentre Periodico, permette di selezionare un importo specifico da spostare nel salvadanaïo in modo ricorrente. È solo l'inizio. «Entro l'autunno, all'interno dell'app, sarà possibile indirizzare i risparmi verso strumenti assicurativi o di gestione del ri-

sparmio — ha dichiarato Albergo Dalmaso, co-fondatore e ceo di Satispay —. «Fondi comuni, fondi pensione, Etf, gestioni patrimoniali, senza dimenticare i piani individuali di risparmio o i fondi d'investimento socialmente responsabili: le possibilità sono molte. Stiamo lavorando a diverse ipotesi, abbiamo già quattro o cinque cantieri aperti», ha spiegato, sottolineando il rapporto di proficua collaborazione già avviato da tempo con Etica sgr, società di gestione del risparmio del gruppo Banca popolare etica. Che quindi, verosimilmente, sarà tra i partner di riferimento di questo nuovo percorso. Dal canto suo, Tinaba, dopo l'estate annuncerà il nuovo servizio di robo-advisor, una piattaforma di consulenza basata su portafogli modello sviluppata da Banca Profilo. «Le somme accantonate nella funzione Salvadanaïo — fa sapere la società — potranno essere convogliate nei portafogli, a discrezione dell'utente». Se si parla di app per risparmiare, sebbene esuli dal mondo dei pagamenti, merita una menzione anche Gimme5, l'app di Acomea che permette di investire sui fondi della sgr, a piccoli passi. A partire da cinque euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Basta il cellulare

Le app che si possono utilizzare per pagamenti tra privati e, in alcuni casi, anche nei negozi. Dati aggiornati al 19/07/2018

Società/banca	Nome del servizio	Obbligo c/c o carta con iban	Importo max trasferibile (in euro)			Canone annuo in euro	Costo singola transazione in euro
			Per singola transazione	Al giorno	Al mese		
Satispay	Satispay	Si	Senza limite			0,00	0,00
Tinaba	Tinaba ¹	No ²	Da 150 a 2.000	Da 250 a 5.000	Da 2.500 in su	0,00	0,00
Banca Sella	Hype Start ³	No	1.000	nd	2.500	0,00	0,00
Circle Trading	Circle Pay	Si	nd	nd	1.600 ⁴	0,00	0,00
N26	MoneyBeam	Si	1.000	1.000	nd	0,00	0,00
BuddyBank	Send Money	Si	100	200	1.000	0,00	0,00
Banca Mediolanum	Jiffy	Si	250	250	1.500	0,00	0,00
	Send Money Paypal	Si	1.000	1.000	1.000	0,00	0,35
Intesa Sanpaolo	JiffyPay	Si	1.500	1.500	1.500	0,00	0,00 ⁵
BancoPosta	Postepay2postepay	No ⁶	200	2.000	nd	0,00	0,00 ⁷
Creval	Zac	Si	100	200	1.000	0,00	0,20
Widiba	MoviPay by Jiffy	Si	250	250	5.000	0,00	0,25
CheBanca!	Wow-Jiffy	Si	nd	1.000	2.500	0,00	0,25 ⁸
	Wow-Send Money Paypal	Si	1.000	nd	2.500	0,00	0,80 ⁹
Ubi Banca	Ubi Banca	Si	500 ¹⁰	500 ¹⁰	1.500 ¹¹	0,00	0,25 ¹²
Carige	InviaDenaro	Si	100	500	1.000	0,00	0,25
Bnl Pay/Hallo Pay (Bnp Paribas)	Jiffy	Si	250	250	1.500	0,00	0,30 ¹³
Banca Mps	Jiffy	Si	nd	150	1.500	0,00	0,50
Bpm/Webank (Banco Bpm)	Dailypay (circuito jiffy)	Si	250	1.500	1.500	0,00	0,50
Unicredit	Send Money	Si	100	200	1.000	0,00	0,75 ¹⁴
Banco Popolare (Banco Bpm)	Chat&Cash	No	60	120	nd	1,00 ¹⁵	0,00
Crédit Agricole Cariparma	Nowpay	Si	100	250	1.500	3,00 ¹⁵	0,00 ¹⁶

1) L'importo massimo varia in base ai livelli di servizio; 2) conto obbligatorio per il servizio di livello superiore; 3) con Hype Plus, la disponibilità massima sale a 50 mila euro all'anno, a fronte di un canone annuo di 12 euro; 4) limite settimanale di 400 euro. È possibile aumentare il massimale fino a 2.500 € fornendo maggiori informazioni (in accordo con la normativa anticiclaggio); 5) per importi fino a 50 €. Poi 1 €; 6) servizio disponibile con qualsiasi PostePay nominativa; 7) Per le transazioni fino a 25 €. Sopra, 1€ (vedi tabella in allegato); 8) i primi 5 trasferimenti sono gratis; 9) per transazioni fino a 200 € oltre, 1,20 €; 10) 2.500 se il pagamento è verso esercenti; 11) 10 mila se il pagamento è verso esercenti; 12) prime tre al giorno gratuite per importi fino a 50 € l'una; 13) gratuito fino al 31/12/2018; 14) gratis fino al 31/1/19; 15) gratuito il primo anno; 16) 15 operazioni incluse, poi 0,25 € a transazione

Fonte: elaborazione L'Economia su dati forniti dalle banche o tratti dai fogli informativi

Punti di vista

La resistenza (costosa) del contante

di **Nicola Saldutti**

La grande beffa è quella che hanno subito gli italiani che hanno scoperto di avere nei cassetti, nelle casseforti, o come eredità delle banconote in lire che non avevano più corso legale. Carta straccia. Fu uno degli effetti dei provvedimenti dell'austerità varati nel pieno della crisi dal governo Monti. E a poco sono valsi i ricorsi. A parte questo pezzo di storia recente, gli italiani si mostrano ancora molto tifosi del contante, per ragioni che vanno naturalmente dalla praticità (ancora può accadere che la carta di credito per piccoli pagamenti non venga accettata) al territorio più inclinato del sommerso-nero-evasione. Eppure il contante, sotto il profilo della gestione, è una delle cose più costose in circolazione: all'Italia, euro più euro meno, gestire banconote e monetine costa qualcosa come 8-10 miliardi di euro. Una manovra. Il motivo? Il sistema di trasporto, le assicurazioni, la stessa produzione. Dunque l'età digitale potrebbe davvero consentire la riconversione e molti segnali vanno in quella

direzione, dalla fattura elettronica, ai sistemi di pagamento digitali che si stanno moltiplicando (da Satispay a Jiffy a Mybank, Apple Pay, Samsung Pay), alla concorrenza sempre più visibile tra le carte di credito. La tecnologia gioca un ruolo fondamentale, ma senza un cambio culturale non può fare molto. Pensiamo al bancomat, venne introdotto in una zona a Nord di Londra, a Enfield Town il 27 gennaio del 1967. Un modo di prendere i contanti anche quando la banca era chiusa. Dunque ancora contante-centrico. Il Pos (Point of sale), quella macchinetta che serve nei negozi per pagare, è arrivato in Italia nel 1984. Ora si possono anche acquistare i biglietti del tram con il telefonino, Apple e Samsung sono diventate un sistema di pagamenti. Dunque l'alternativa tecnologica alle banconote è praticamente infinita. Eppure gli italiani ancora legano il valore e la certezza dei pagamenti a quei biglietti firmati da Mario Draghi, il presidente della Bce, il cui nome appare sugli euro. Forse i nativi digitali contribuiranno alla trasformazione, ma molto dipenderà naturalmente anche dalle regole.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Boom delle transazioni digitali L'impronta è l'ultima frontiera: pagamenti a portata di pollice

Andrea Telara
MILANO

L'ULTIMA frontiera si chiama *fingerprint*, che in inglese significa impronta digitale. È quella che consente ai clienti di Poste Italiane titolari delle app collegate al conto BancoPosta o alle carte di pagamento Postepay di eseguire operazioni dispositive, controllare la lista movimenti e fare trasferimenti di denaro e pagamenti semplicemente appoggiando il dito al tasto dello smartphone (dotato di apposito sensore).

Tutto si basa su un sistema avanzato che è in grado di riconoscere le impronte digitali dell'utente, evitando così che il conto o la carta possano essere utilizzati da terze persone malintenzionate. «Si tratta di un sistema che dona maggiore comodità di uso ai clienti, in linea con la già altissima sicurezza garantita dal sistema PosteID», fanno sapere da Poste Italiane che, ormai da molti anni, è il primo operatore in Italia del settore dei pagamenti digitali.

BASTI PENSARE che, tra tutti gli acquisti online fatti dai nostri connazionali, circa uno su quattro avviene attraverso la popolarissima Postepay, la carta di pagamento che Poste Italiane ha lanciato nel lontano 2003 con la fortunata formula del credito prepagato. A distanza di 15 anni, anche Postepay si è molto evoluta fino a dotarsi di un vero e proprio Iban (nella versione della carta che si chiama Evolution), su cui è possibile anche ricevere i bonifici e

l'accredito dello stipendio. Per il gruppo Poste Italiane, il business dei pagamenti mobili e digitali è diventato una vera e propria gallina dalle uova d'oro che, nel primo trimestre del 2018, ha generato ricavi complessivi per oltre 143 milioni di euro, in aumento del 10% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso.

SOLTANTO nel segmento delle carte elettroniche, i pagamenti sono cresciuti di ben il 20%, rendendo di fatto le Poste un operatore ormai attivo quasi in ugual misura su due fronti: quello fisico degli sportelli presenti sul territorio e quello «virtuale» degli utenti digitali giornalieri.

Non a caso, le persone che utilizzano ogni giorno le app e il sito di Poste sono in totale ben 1,4 milioni, poco meno del milione e mezzo di italiani che si reca quotidianamente negli uffici postali. Certo, la strada da percorrere è ancora lunga, sia per le Poste che per le banche, visto che nel nostro Paese oltre l'80% delle transazioni avviene con denaro contante. Tuttavia, molti analisti vedono all'orizzonte un'accelerazione del business dei pagamenti digitali, grazie soprattutto a un mix concomitante di fattori.

Il primo è l'arrivo nel mercato dei servizi finanziari di una generazione di consumatori e risparmiatori millennial, nati dal 1980 in poi e cresciuti con l'avvento dell'era digitale. Il secondo fattore è l'impennata che si registra per alcuni tipi di pagamenti elettronici in particolare. Sono quelli che i ricercatori della Business school del Politecnico di Milano

definiscono come *New digital payment* e che avvengono attraverso gli smartphone o le carte *contactless*, cioè le carte di credito, di debito e prepagate che consentono di pagare velocemente nei negozi, anche gli acquisti di piccolo valore, semplicemente avvicinando le al terminale Pos senza la necessità della classica strisciata.

SECONDO L'OSSERVATORIO sui pagamenti digitali del Politecnico di Milano, oggi le transazioni elettroniche valgono in Italia oltre 220 miliardi di euro e crescono a un ritmo del 10% all'anno. Lo specifico segmento dei *new digital payment*, però, viaggia letteralmente con il turbo: oggi vale già 46 miliardi di euro e nel 2020 varrà probabilmente ben 100 miliardi di euro. Quando molti italiani si saranno abituati a fare pagamenti con i cellulari di nuova generazione, in molti negozi il contante sarà sempre più raro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un giro d'affari di 220 miliardi

Secondo l'osservatorio sui pagamenti digitali del Politecnico di Milano, oggi le transazioni elettroniche valgono in Italia oltre 220 miliardi di euro e crescono a un ritmo del 10% l'anno



**IL CORE
BUSINESS
DI POSTEPAY**

**Dal classico
bancomat
alle carte
di credito
contactless,
la tecnologia
dei pagamenti
digitali
è in continua
evoluzione.
L'ultima
frontiera
è il fingerprint
e Postepay
ha subito
recepito
la novità**



Transazioni web, banche in prima linea «Gli smartphone la chiave del successo Ma ora scatta la selezione darwiniana»

«C'è fermento tra le banche, decise a non perdere il treno dell'e-payment: o investono in startup Fintech o sviluppano app al loro interno».

CONTANTE ORMAI ALL'ANGOLO

Il boom dei pagamenti via smartphone è ormai un dato di fatto. Ma in Italia c'è ancora chi fa resistenza

Alessia Gozzi
MILANO

SMARTPHONE e web mettono il turbo alla rivoluzione dei pagamenti. Con una tecnologia da tenere sott'occhio, quella *blockchain* che è alla base delle criptovalute e che tutte le banche stanno sperimentando. Anna Omarini, ricercatore e professore di Bank and Fintech, all'Università Bocconi, non ha dubbi: «Le tecnologie mobile sono state la chiave per rendere semplici le operazioni». Ma, «dopo l'ondata innovativa» aspettiamoci una «selezione darwiniana».

In Italia i pagamenti digitali sono aumentati: oltre 1,6 miliardi con carte di debito, credito e prepagate emesse in Italia e gestite da Sia, nel primo semestre del 2018 (+3,3%). Ma resta alto il divario con l'Europa. Perché?

«C'è un tema di comportamento degli utilizzatori e dei commercianti, ma non solo. In Svezia, uno tra i Paesi più *cashless* d'Europa, c'è stato anche un sistema Paese che ha puntato a rendere l'uso di carte di credito e debito un'abitudine. E poi c'è il fatto che, in Italia, pare resistere ancora una maggior fiducia nella moneta fisica».

Dal punto di vista della sicurezza, per gli acquisti sul

web, a cosa bisogna stare attenti?

«L'Italia è per eccellenza il Paese con più carte prepagate, perché i principali benefici comunicati sono stati proprio quelli del contenere il rischio. Quando si utilizza la carta di credito sul web, valgono regole di buon senso: non usarla su siti sospetti. Gli stessi operatori del mercato possono registrare operazioni anomale e, dunque, contenere eventuali rischi. Il tema della sicurezza informatica è rilevante per le banche e per il sistema ma anche per le autorità di controllo a livello internazionale. Da qui gli investimenti».

I pagamenti via smartphone sono il cardine della nuova finanza digitale.

«È sicuramente un mercato boom, un volano per il mondo del fintech, che ha trovato nei pagamenti la prima area di sviluppo, ricercando nella tecnologia *mobile* la chiave per rendere semplice l'operazione, soprattutto per i piccoli pagamenti. Oltre alla *user experience*, il pagamento *peer to peer* e l'attenzione al *money management* del singolo sono elementi in più per attirare e fidelizzare i clienti».

La direttiva europea Psd2 apre il mercato a player come Apple Google o Satispay. Come cambierà il mondo dei pagamenti?

«Il pagamento è un cavallo di Troia dal punto di vista delle strategie commerciali degli operatori *mobile*: si inizia da lì, da operazioni caratterizzate da usabilità e frequenza elevata, per poi espandersi in altre aree di business come gli investimenti. È il caso di Satispay. Al momento, le principali innovazioni stanno interessando l'ultimo miglio, cioè puntano sull'efficienza per il cliente e sulla *user experience*».

E gli operatori tradizionali?

«Le grandi banche investono direttamente o indirettamente in startup fintech, altre invece decidono di sviluppare l'innovazione

al proprio interno. Certamente reagiscono. Esempi come Banca Sella Hype mostrano questo fermento. A un certo punto ci sarà una selezione darwiniana, dato il crescente numero di app e la loro necessità di essere accettate diventerà sempre più fondamentale. Una razionalizzazione, come spesso accade nei momenti di forte ondata innovativa, è necessaria anche per governare le situazioni di cannibalizzazione tra servizi e preservare le economie di scala. Alla fine, non sarà il più forte a vincere ma quello che saprà adattarsi ai cambiamenti del mercato, con un cliente che è potenzialmente più mobile rispetto al passato».

Che ruolo può avere la tecnologia blockchain?

«La tecnologia è interessante, da osservare e sperimentare nelle sue possibili e ampie applicazioni. AbiLab ha sviluppato un progetto pilota, che utilizza *blockchain*, nell'ambito dei pagamenti con riguardo alla spunta interbancaria. La sperimentazione è indispensabile per testare l'adattabilità di questo paradigma tecnologico a operazioni tradizionali, mentre interessanti applicazioni potranno riguardare altre aree, come gli *smart contract*. Le banche principali non possono lasciare inesplorata quest'area e così danno vita a progetti consortili. Lavorare a sistema sarà fondamentale per il successo di un sistema di pagamenti efficiente e affidabile. Dietro a tutto questo, infatti, c'è la necessità di disporre di standard riconosciuti e accettati».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





IL PROFILO DELLA DOCENTE

Grande esperta del settore bancario



Laureata in Economia Aziendale presso l'Università Bocconi, Anna Omarini è ricercatore di Economia degli intermediari finanziari all'Università Bocconi, nonché Sda senior professor alla Bocconi School of Management. È grande esperta di fintech e di digital transformation in banca

Satispay raccoglie altri 10 milioni L'app via mobile sbanca l'Italia Ora l'obiettivo è uscire dai confini

Il 50% dei pagamenti via mobile nel 2017 li ha gestiti Satispay. Oggi l'app ha 340mila utenti attivi e 44mila negozi convenzionati. L'aumento di capitale apre le porte dell'Europa.

Nicola Baroni
MILANO

UNA NUOVA FASE di finanziamenti di 10 milioni da parte di investitori internazionali che porta Satispay a una valutazione di 100 milioni di euro. Da un lato la dimostrazione che esistono *startup* italiane capaci di fare numeri importanti e, dall'altro, la conferma che i metodi di pagamento innovativi via *mobile* si stanno radicando anche nel nostro Paese.

L'aumento di capitale annunciato la settimana scorsa dalla *startup* leader nel mercato italiano di pagamenti attraverso *smartphone* è solo uno step intermedio verso ulteriori progetti di crescita. Meno di un anno fa la società aveva ottenuto un finanziamento di 18,3 milioni, e per il 2019 il ceo Alberto Dalmaso prevede un ulteriore *round*: «L'obiettivo è un investimento di 50 milioni per l'anno prossimo, con gli stessi investitori internazionali coinvolti in questa fase, cioè il fondo inglese Copper Street Capital, Endeavor Catalyst e Greyhound Capital, che entrano con finanziamenti ridotti in vista di investimenti futuri più importanti».

AD ATTIRARE l'attenzione degli investitori internazionali ha contribuito l'aumento dei pagamenti via *smartphone* in Italia, che l'Osserva-

torio del Politecnico di Milano ha quantificato in 70 milioni di operazioni nel 2017, in netta crescita rispetto ai 10 milioni scarsi del 2016. E si stima che nel 2020 il transato potrebbe valere dai 3,2 ai 6,5 miliardi di euro. In un Paese affezionato al contante come il nostro, è la dimostrazione che la carenza di formazione finanziaria dei consumatori è solo una delle ragioni che penalizzano i sistemi di pagamento *cashless*, frenati anche dalla difficoltà della *user experience*, che invece Satispay ha semplificato al massimo. Per usare l'app basta collegare il proprio *smartphone* al conto corrente, per poi pagare nei punti vendita o trasferire denaro ai propri contatti con la stessa semplicità con cui si invia un messaggio.

Il 50% dei pagamenti via *mobile* effettuati nel 2017 li ha gestiti Satispay. Oggi l'app ha 340mila utenti attivi che la usano una media di 8 volte al mese, in 44mila punti vendita convenzionati in tutta Italia che crescono di circa 120 nuovi al giorno.

Tra questi ci sono grandi gruppi, come Esselunga, Coop, Trenord e Benetton, e piccoli esercenti, entrambi incoraggiati dal fatto di poter integrare Satispay ai Pos e software di cassa esistenti. Sono diventati loro i principali *ambassador* dell'azienda verso altri consumatori e punti vendita, come spiega Dalmaso: «Se all'inizio la crescita di esercenti era per singole unità, attra-

verso i canali *marketing*, dopo l'adesione dei grandi gruppi sono aumentati quelli iscritti autonomamente, senza aver preso contatti col nostro ufficio commerciale».

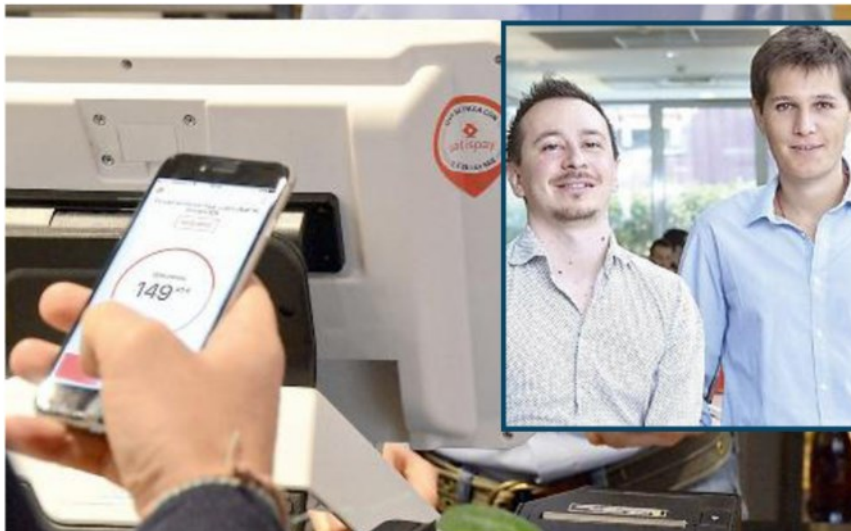
CON L'APPLICAZIONE è anche possibile acquistare ricariche telefoniche e, da qualche settimana, è attiva la funzione che permette di pagare in pochi secondi bollette, tasse o multe, con 20mila *e-commerce* della pubblica amministrazione coinvolti, che diventeranno 60mila entro fine anno. La settimana scorsa si è aggiunta la funzionalità «Risparmio», che permette di creare fino a 20 salvadanai alimentabili in tre diversi modi: con il *cashback* (il rimborso promozionale da parte dell'app o dei singoli esercenti), trasferendo un importo periodico specifico, o facendo arrotondare all'euro le proprie transazioni.

Nata per effettuare pagamenti, in pochi anni Satispay ha ampliato la sua operatività a un'offerta di servizi finanziari diversificata, che si completerà in autunno, quando verranno introdotti strumenti di investimento, assicurazioni e fondi pensione.

Pur limitandosi al mercato italiano, resta la realtà con i numeri più favorevoli nel continente e il prossimo *round* di investimenti servirà proprio a questo: a portare in Europa un sistema di pagamento nato per merito di tre giovani italiani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





PAGAMENTI FACILI CON UN CLIC

In alto i tre fondatori di Satispay: da sinistra Samuele Pinta, Dario Brignone e Alberto Dalmasso

**Criptovalute
in campo
Ibm e Svizzera
e i prezzi
ripartono**

Flavio Bini
a pagina 12

Ibm e Svizzera rilanciano le criptovalute

GLI "GNOMI" DI ZURIGO EMETTONO UN ETF PER I BITCOIN, SPINGENDO A UN NUOVO RIALZO I VALORI. IL GLORIOSO GRUPPO TECH BATTEZZA LA SUA MONETA VIRTUALE. MA LA SEC AVVIA UNA STRETTA SULLE ICO, EQUIPARANDO I TOKEN A NORMALI TITOLI

Flavio Bini

A dispetto del nome impro-
nunciabile, chiunque nel
mondo delle criptovalute conosce la
storia di Laszlo Hanyecz. Il 22 mag-
gio del 2010, comprando due pizze
per 10mila Bitcoin, è stato il primo
ad acquistare un bene tangibile con
una moneta immateriale. Una specie
di anno zero nella mitologia delle
valute digitali. Eppure il mito, tram-
andato anno dopo anno, si è scorda-
to dell'altra metà della storia. Quella
di Jeremy Sturdivant, nickname jercos,
che quei 10mila Bitcoin che allora ave-
vano un valore indefinito visto che la
moneta era ancora agli albori - li ha in-
cassati, accettando l'offerta lanciata su
un forum da Laszlo, che proponeva di
cedere la valuta in cambio di chi gli
avesse comprato una pizza. Jeremy allora
aveva 18 anni, nessuno si è più ricor-
dato di lui. Anche perché circa un anno
dopo, ha rivenduto la valuta per poco
più di 400 dollari. «Mi sta chiedendo se
me ne sono pentito?», risponde da Felton,
in California, dove oggi fa lo sviluppatore
software con la passione per la lavora-
zione del legno. «Certo, guardando al
valore di quel momento potrei dire: "Cavolo,
oggi sarei un milionario", ma non era
possibile prevedere una cosa del genere.
Se anche non li avessi venduti per 400,
lo avrei fatto per 4000 o 40mila e comu-
nque quei soldi se ne sarebbero andati
per sempre». Se Jeremy Sturdivant
avesse mantenuto la stessa fiducia che
aveva avuto quel giorno del 2010, con-
servando fino ad oggi i suoi Bitcoin, il
17 dicembre dello scorso anno, quando
la valuta digitale ha toccato il suo
massimo poco sotto i 20mila dollari,
si sarebbe trovato a vantare un patri-
monio quasi da fare invidia a Cristiano
Ronaldo, 194 milioni di dollari. Oggi,
invece, dopo che la moneta ha perso da
allora quasi il 70% del suo valore, in
mano gli resterebbero "solo" poco più di
60 milioni.

La stagione del declino

È già finita la stagione delle cripto-
valute? I numeri, se confrontati con il
picco raggiunto alla fine dell'anno,
sembrano impietosi per tutte le monete
digitali, che si muovono tradizional-
mente con andamenti omogenei. Fino a
meno 71% per Ethereum, meno 87% per
Ripple. Gli addetti ai lavori invitano alla
cautela. «È scorretto parlare oggi di
declino: ai corsi attuali il valore di Bitcoin
è oltre due volte il livello di un anno fa.
Il finale del 2017 è stato caratterizzato da
un eccesso di euforia», spiega Ferdinando
Ametrano, docente all'Università Bicocca
di Milano di "Bitcoin & Blockchain
Technologies". «Anzi, se il Bitcoin
continuerà ad affermarsi come equiva-
lente digitale dell'oro, scenario che ritengo
plausibile, siamo di fronte ad un bene
ampiamente sottovalutato. Ci sono circa
100 mila miliardi di dollari in patrimoni
gestiti a livello globale: se solo il 2% fosse
allocato in Bitcoin in una logica di di-
versificazione dei rischi, un singolo
Bitcoin dovrebbe arrivare a valere
100mila dollari». Intanto però la
principale criptovaluta si muove su
cifre assai più basse. Dopo avere tocca-
to il minimo alla fine di giugno, sfonda-
ndo al ribasso la soglia dei 6mila dollari,
in luglio ha ritrovato slancio ritrovando
il 18 quota 7mila, anzi 7.492. (sempre
sotto per l'anno del 44,5%). Qualcosa
negli ultimi mesi è successo. «In tanti
sono entrati alla fine del 2017 troppo
velocemente quando le quotazioni
erano salite, c'è stata della speculazione
e quindi si è registrata questa caduta»,
rileva Fabio Pezzotti, fondatore di
Iconium, startup che investe in progetti
Blockchain, l'infrastruttura tecnologica
alla base delle criptovalute. «Sempre
più persone, istituzioni finanziarie e
investitori stanno entrando ora e
prendendo posizione».

Iniezione di nuova fiducia

A dare fiducia alle criptovalute ci
ha pensato la Six, la società che gestisce
la Borsa di Zurigo, che ha annunciato di
volere lanciare un exchange regola-
mentato per le valute digitali, segno che
la finanza tradizionale non abbandona
la curiosità verso questo settore. La
debolezza dell'ultimo semestre però è
un dato. Uno spunto su una delle ragioni
dietro al-

la caduta delle valute digitali nel
2018 l'ha fornito la Fed di San Francisco
con un report pubblicato all'inizio del
mese di maggio, puntando il dito contro
l'introduzione dei future sui Bitcoin,
che hanno debuttato alla fine dell'anno
scorso. Mettere in campo per la prima
volta uno strumento che consentisse di
scommettere sul calo della criptovaluta
avrebbe spinto gli investitori a puntare
al ribasso, causandone il declino. Cor-
rezione temporanea o calo strutturale,
quel che è certo è che la tendenza
sia, nei momenti di crisi, di concentrarsi
sulla valuta principale, il Bitcoin, a
discapito delle secondarie. Secondo i
dati di CoinMarketCap, la capitalizza-
zione totale delle criptovalute oggi
ammonta a circa 290 miliardi di dollari.
Il 41,9% è relativa al Bitcoin, un dato
in costante crescita a partire dall'inizio
dell'anno, quando aveva toccato il
minimo storico del 32,5%. «Quando il
mercato delle criptovalute sale - dice
Ametrano - il Bitcoin sale meno degli
altri. Quando ritrae perde meno degli
altri. In un ipotetico scenario di calo,
che io in questo momento non vedo,
credo che soltanto il Bitcoin sia destina-
to a restare sul campo».

L'Ibm scende in campo

Il campo è sempre più affollato.
L'ultimo ingresso porta il nome illustre
dell'Ibm che la settimana scorsa ha
lanciato la sua criptovaluta, chiamata
Stroghold Usa e appoggiata sulla
piattaforma Blockchain di Stellar.
Accanto alle monete più famose che
si sono imposte sul mercato negli
ultimi anni, fioccano i cosiddetti "token",
criptovalute nate con le Ico, Initial
Coin Offering, lo strumento alterna-
tivo con cui i progetti in ambito
Blockchain si finanziano sul mercato.
Il meccanismo è il seguente: una
società annuncia un progetto e
contestualmente emette dei gettoni libe-



ramente scambiabili, la cui utilità è legata al progetto stesso. Senza però, a differenza delle Ipo tradizionali, che questo dia diritto ad alcuna partecipazione alla proprietà della società. I numeri sono impressionanti: soltanto nei primi sei mesi del 2018, la raccolta ha raggiunto i 5,8 miliardi di dollari, vicino ai 6,1 dell'intero 2017. Eos, società che ha concluso a giugno la sua Ico, ha raccolto 4 miliardi di dollari, la più grossa Initial Coin Offering di sempre. «Sembra cifre spaventose. Ma si sarebbe potuto dire lo stesso dell'Ico di Ethereum nel 2014 che aveva raccolto

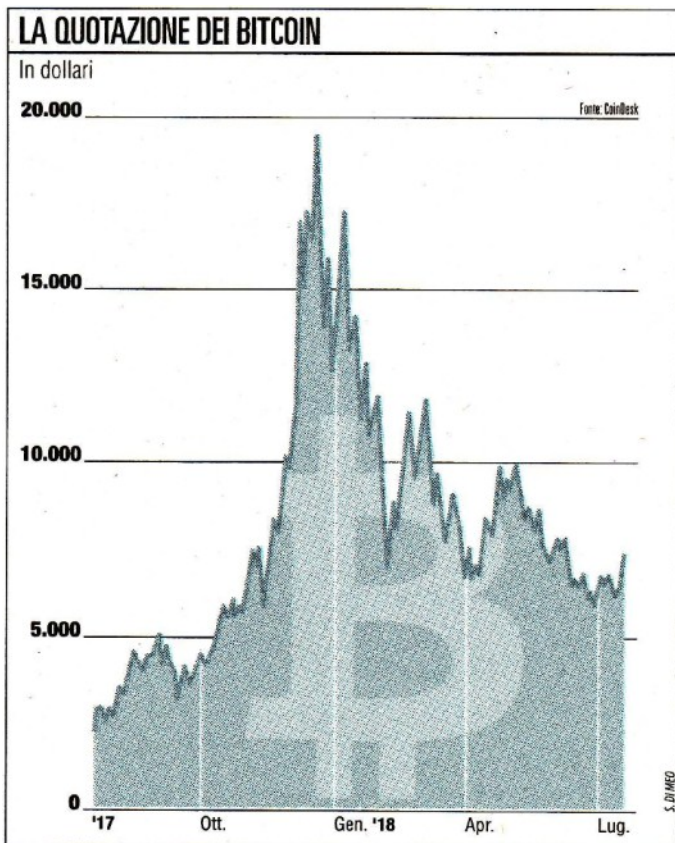
quasi 20 milioni di dollari», dice Pezzotti parlando della seconda criptovaluta in circolazione.

Gli interventi della Sec

L'autorità di Borsa americana segue con crescente attenzione le criptovalute. La settimana scorsa ha dato il via libera al primo Etf sui Bitcoin, e inoltre ha dato l'ok a Coinbase, uno degli exchange più famosi, perché offra token nel rispetto delle leggi. Ma intanto la Sec ha anche avviato una stretta contro le stesse Ico, assimilando i token ai titoli, con tutti gli obblighi di regolamentazione e

trasparenza che ne derivano. Risultato: fuga in massa verso quello che secondo gli addetti ai lavori è il nuovo Eldorado delle Ico: Malta, isola che gode già d'una infelice reputazione internazionale. Non proprio il contesto più rassicurante per chi intravede nelle Ico il rischio di una grande criptobolla con esiti tutt'altro che virtuali. Ametrano, pur acceso sostenitore del Bitcoin, su questo è lapidario: «I promotori di Ico si dividono in due categorie: i truffatori consapevoli e chi non è ancora consapevole di essere un truffatore».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IL "MINING"

"Numero chiuso" per i Bitcoin non potranno superare mai quota 21 milioni

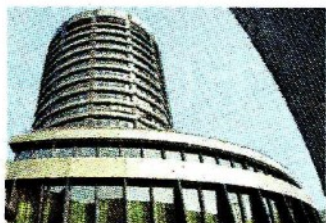
Nato ufficialmente nel 2009, il Bitcoin è la prima e più importante criptovaluta in circolazione. Come tutte le valute digitali, si fonda sull'esistenza di una rete alla base, la Blockchain, che è un registro condiviso dove ogni transazione viene scritta, validata e diventa così immutabile. Per volontà di Satoshi Nakamoto, pseudonimo del creatore del progetto la cui identità non è mai stata svelata, il numero di Bitcoin in circolazione è finito e non potrà mai superare i 21 milioni. Fino ad oggi ne sono stati estratti circa 17. Il processo di estrazione viene chiamato "mining" e viene compiuto da reti di computer con elevata capacità di calcolo che

validando le transazioni sulla Blockchain ricevono come ricompensa nuova valuta. Dopo essersi mantenute entro i 1000 dollari fino a gennaio del 2017, le quotazioni sono esplose lo scorso anno, con un'accelerazione particolare nella seconda metà dell'anno, culminata il 17 dicembre scorso quando la valuta digitale ha toccato il record di 19,783 dollari. Nello stesso periodo dell'anno, la capitalizzazione complessiva di tutte le criptovalute ha raggiunto la cifra record di 828 miliardi di dollari. I Bitcoin e le altre monete digitali più importanti come Ethereum o Ripple si possono acquistare e rivendere su diversi piattaforme di scambio presenti sul web, le più comuni sono Coinbase, Bitfinex e Kraken, oppure essere utilizzate direttamente per i pagamenti online per chi accetta questo strumento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

II CONSUMI I

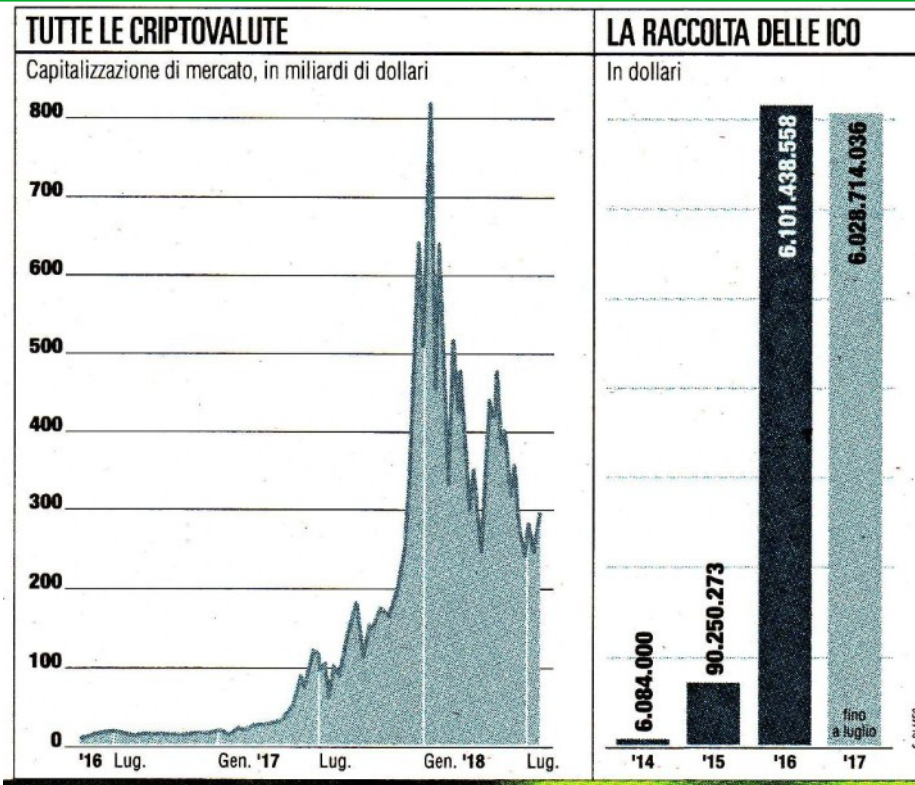
Allarme energia per l'uso intensivo di Internet



La sede della Bri a Basilea

L'ultimo avvertimento, molto severo, è arrivato dalla Banca dei Regolamenti Internazionali: si moltiplicano gli allarmi sul consumo energetico legato ai Bitcoin e alle altre criptovalute. L'attività di mining delle valute digitali non soltanto cresce in termini di volume ma richiede computer con capacità di calcolo sempre più elevate: servono macchine sempre più potenti, e più energivore, per "estrarre" i nuovi Bitcoin. Già l'anno scorso il consumo legato alla criptovaluta era pari a quello del Marocco, 29 milioni di TWh. Oggi la stima è arrivata a 71 TWh, più di un quinto del fabbisogno energetico italiano. Numeri da prendere comunque con cautela, visto che un censimento delle macchine al lavoro per l'estrazione è pressoché impossibile. (fb.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I PERSONAGGI



Richard Stallman, il "padre" del software libero divenuto un profeta dei Bitcoin (1); **Ginny Rometti**, ceo dell'Ibm che ha lanciato la settimana scorsa la sua criptovaluta (2); **Jay Clayton** (3), presidente della Sec: l'autorità di Borsa americana avalla per il momento le transazioni in Bitcoin ma è intervenuta per mettere al bando le rischiose "Ico"

PHISHING D'ESTATE LA MINACCIA È MOBILE

Nuova pirateria su smartphone: dopo le carte di credito, clonazione di criptovalute e siti fake

**I cyber
criminali
fanno
lavorare
pc e
device** **infettati,
scaricano
la
batteria
e creano
bitcoin
fasulli**

di **Chiara Sottocorona**

È l'oggetto tecnologico più amato dagli italiani, che lo usano in media per un'ora e mezza al giorno a casa, in ufficio, o in viaggio per fare chat, shopping, navigazione, mail, giochi, banking. Lo smartphone contiene una miniera di dati personali. «Eppure un italiano su dieci non pensa ai rischi che corre per i suoi contenuti, non sa neanche che il telefonino può essere attaccato da virus», rivela Trend Radar, il sondaggio diffuso da Samsung.

My Precious Data, altra indagine condotta dalla società di cyber sicurezza Kaspersky rivela una certa leggerezza nell'uso delle app: il 35,5% degli utenti non controlla le autorizzazioni di quelle installate. Troppi utenti non sanno che l'83% delle app Android ha accesso ai dati sensibili presenti nel dispositivo e il 90% possono essere avviate senza consenso.

Quei falsi account

Nel primo trimestre 2018 Kaspersky ha rilevato 1.322.578 software malevoli nel mobile. Quattro tra i primi cinque sono «trojan» per Android. «In base alle nostre statistiche l'Italia risulta essere il secondo Paese al mondo più colpito dalle minacce di mobile ransomware», avverte Gianpaolo Dedola, ricercatore del Great, team di ricerca globale e analisi ai Kaspersky Lab. Anche sul cellulare si può essere preda di malware a scopi finanziari come phishing e ransomware: il primo mira a catturare credenziali d'uso o numeri di carte di credito, il secondo blocca l'accesso ai dati o al dispositivo, per ri-

catti.

«Il phishing attacca su tutte le piattaforme, con campagne di mail, e nei social con falsi account di Twitter e Facebook. Una delle campagne più recenti veicolata in Italia per mail porta al sito clonato di Amazon sul quale sono rinviiati gli utenti per catturare i dati sensibili», precisa Dedola. Un altro caso riguarda Apple. Si riceve una mail che indica come mittente il customer service con l'avviso: «Il vostro ID è stato disabilitato perché usato in modo anomalo nel cloud alle 3 e 17 di stanotte. Se non siete voi ad averlo usato e pensate che qualcuno abbia accesso al vostro ID confermatelo ad Apple e aggiornate i dati». Cliccando sul link si arriva a un sito identico a quello della Mela, che propone di registrare di nuovo l'ID per riattivarlo. I cybercriminali si impossessano così delle credenziali, compreso il numero di carta

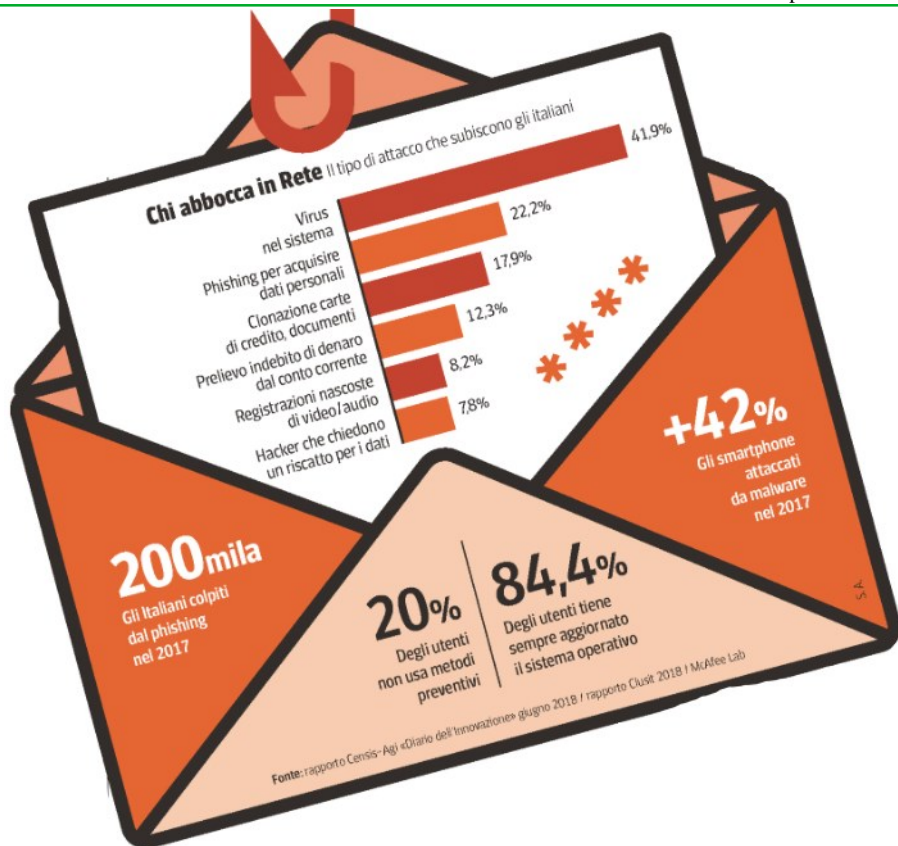
di credito che molti hanno abbinato all'ID. Per non cadere nella trappola serve controllare l'indirizzo nella barra in alto del navigatore, diverso da quello vero se il sito è fraudolento. Due campagne di phishing molto diffuse dal 2017 hanno colpito migliaia di italiani, secondo il Rapporto sulla Sicurezza Ict2018 del Clusit (l'associazione che raggruppa 500 organizzazioni di cyber-security).

La prima riguarda il sito bancario di Ing-Direct, riprodotto fedelmente: le vittime vengono indirizzate con una falsa mail che chiede di inserire il codice inviato per le transazioni. L'altra è la clonazione del sito di e-commerce Mediaworld, con tanto di carrello, per ingannare gli utenti, attirati da falsi buoni sconto, e carpire i loro numeri di carta di credito. «È il primo anno in cui rileviamo campagne di phishing realizzate con una simile perizia e su siti di hosting italiani», dicono gli esperti del Clusit.



Nel ransomware invece è apparsa quest'anno una pericolosa variante. «Punta a un guadagno immediato e consistente, utilizzando il mining di criptovalute — spiega Dedola —. Per esempio utilizzano il trojan Rakhni, conosciuto e diffuso dal 2013, ma modificato: quando si installa su un pc controlla se l'utente ha un portafoglio in bitcoin. In quel caso si comporta da ransomware chiedendo il riscatto, altrimenti si trasforma in crypto miner. Significa che si impossessa della potenza di calcolo del dispositivo dell'utente, per alimentare una catena di creazione di moneta elettronica. Le blockchain, anche quelle legali, hanno bisogno di molta potenza di calcolo. Ma i cybercriminali fanno lavorare i microprocessori di pc e smartphone infettati, consumando risorse e batterie, per generare criptomonete alle spalle dell'utente». Spesso sfruttano le Ico (Initial coin offer) di note startup e propongono distribuzione di moneta elettronica attraverso falsi account di Twitter, incassando soldi veri. I Kaspersky Lab stimano che i cybercriminali abbiano guadagnato già 10 milioni di dollari sfruttando il phishing abbinato alle criptovalute.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Eresie digitali

DATI, ALGORITMI E ABUSI: CHI DIFENDE I CONSUMATORI



di **Edoardo Segantini**

edoardosegantini2@gmail.com

@SegantiniE

Che la bilancia del potere digitale penda troppo dalla parte dei colossi americani, lo si dice da tempo. Più complicato definire le contromisure. Altroconsumo ne ha discusso con le più importanti organizzazioni di consumatori del mondo. La loro analisi mette in risalto quattro tendenze di fondo. La prima è che il potere tecnologico e lobbistico è, per l'appunto, troppo clamorosamente sbilanciato a favore degli oligopoli come Google. Negli ultimi anni c'è stato un forte calo della concorrenza, per effetto del quale il valore aggiunto trasferito ai consumatori finali si è ridotto, nonostante il forte e costante sviluppo tecnologico. Non tutte le associazioni l'hanno notato, ma, per fortuna, se ne sono accorte le più attive. La seconda tendenza è che i meccanismi attraverso i quali gli utenti sono chiamati a dare o a negare il consenso all'uso dei propri dati sono sempre più macchinosi, incomprensibili e pieni di tranelli. In certi casi basta fare lo scrolling di una pagina web e,

senza rendersene conto, si è regalato l'uso dei propri dati personali. Il tutto senza che le authority di controllo riescano a introdurre correttivi davvero efficaci. La terza tendenza è che la diffusione degli algoritmi predittivi e l'apprendimento automatico, pur se nella fase iniziale, mostrano possibili opportunità ma anche sicure limitazioni della libertà di scelta. Infine il tema dei temi: l'obiettivo della monetizzazione dei dati personali, che dovrebbe essere sempre consentita, quando la volontà dell'utente in questo senso sia chiaramente espressa. Difficile dire quanto ci vorrà per raggiungere quest'ultima meta. Qualche passo avanti comunque si sta facendo, anche sul piano pratico. È importante e non scontato l'impegno delle organizzazioni come Altroconsumo per il rispetto delle regole e contro le violazioni dei diritti del mercato. Come nel caso dell'azione collettiva contro Facebook per uso improprio dei dati personali degli utenti. Nella class action sono già state raccolte cinquantamila adesioni in quattro Paesi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



«Sempre connessioni criptate e l'antivirus»

I consigli dell'esperto di cybersecurity: «Bastano 40 euro e la difesa è solida»



Serve una patente



Pesca a strascico

Bisognerebbe seguire un corso per poter essere utenti del web. La scuola deve pensarci subito

Gli hacker rubano 500 euro a ciascuno, così le vittime sono meno spinte a fare denuncia

■ ROMA

QUALI sono i pericoli a cui un utente si espone navigando in una rete Wi-fi non protetta?

«Principalmente due – risponde Andrea Zapparoli Manzoni, esperto internazionale di cybersecurity (a destra) –: il primo è che qualcuno possa ‘sniffare’ il traffico, ci sono decine di tutorial su YouTube su come fare; il secondo è fare attaccare il proprio computer o smartphone, tutte le porte sono aperte. Se un device ha il malware WannaCry e si collega a una rete gratis, gli altri si prendono quel virus».

Tutti siamo obiettivi di hacker in vacanza?

«Dipende se l'attacco è casuale o mirato. A volte una spia industriale vuole le informazioni di un direttore d'azienda che sta controllando le mail rilassandosi nella hall dell'hotel».

Nessuno è al sicuro.

«Qualsiasi computer ha dati interessanti. Spesso gli hotel hanno i loro stessi computer sulla rete vulnerabile. Se un hacker vuole i tuoi documenti, basta che prenoti una stanza nell'albergo quando te ne sei andato e al 90% trova ogni dato negli archivi on line della struttura».

Quindi, mai usare le Wi-fi libere?

«Le reti gratis sono una comodità importante, è difficile rinunciare. L'obiettivo in Rete è limitare i danni. Per una questione di igiene digitale va comprata una Vpn e va attivata prima di collegarsi alla rete pericolosa, così il traffico dati sarà criptato. Poi, chiaramente se si clicca un link di un mal-

ware lo si prende lo stesso. In quel caso serve anche un antivirus aggiornato e attivo. Ecco, con 30-40 euro di investimento ci si protegge adeguatamente».

Un vademecum per chi vuole installare un rete aperta.

«Cinque regole: farla installare da tecnici esperti; attivare la separazione dei client, ossia di tutti gli utenti, così ognuno vede solo il web e non il traffico degli altri; applicare una cifratura forte; cambiare spesso la password della rete; impostare username e password complicate per il router, perché tutti i client possono vederlo e manipolarlo».

Lei sarebbe in grado?

«Se non c'è la segregazione dei client, che è un'opzione da attivare nel router, sì. Se non è attiva di default, di solito chi monta la rete non la imposta: il 90% delle Wi-fi libere non ce l'avrà».

E il bluetooth è da spegnere?

«Il bluetooth è molto insicuro per design, quindi tenerlo acceso non è una buona idea. Chiaramente l'hacker deve essere vicino, quindi è un rischio diverso dagli attacchi via Internet, che possono arrivare da qualsiasi parte».

Qual è l'obiettivo degli hacker?

«Siamo bombardati di attacchi, la maggior parte dei quali non sono mirati. Una volta che vieni ‘catturato’, sei classificato e nella galassia del cybercrime ci sono personaggi che fanno gli stessi affari di chi gestisce i database del marketing: vendono computer ‘bucati’ a clienti interessati».

Il problema viene sottovalutato?

«No, la polizia postale è molto preoccupata. Il problema è gravissimo: potendo pescare a strascico, un hacker ruba 500 euro a ciascuno, così non si crea allarme sociale e l'attenzione resta sotto il livello di allerta. Ma nel complesso vengono rubati milioni di euro. Purtroppo l'80% non denuncia e molti non si accorgono di essere caduti in trappola».

Serve più educazione alla tecnologia?

«La tecnologia viene venduta come se fosse amica a priori, ma non lo è. Ha pro e contro: se un'auto venisse creata con lo stesso livello di sicurezza di uno smartphone, saremmo tutti già morti. Il produttore non è responsabile se sei vittima di una truffa on line e questo è l'unico settore in cui succede. Il cliente è un beta tester: se si brucia, sono fatti suoi. Ma in auto siamo in un contesto sensoriale in cui sentiamo il rischio, invece usando uno smartphone ci distacciamo e non abbiamo la percezione del caos in cui siamo entrati».

Servirebbe una patente per poter usare lo smartphone?

«Ci hanno provato su base volontaria, ma non ha funzionato. Esistono lobby che bloccano tutto. Come si potrebbe vendere un telefonino da mille euro a un bimbo di 6 anni? Sarebbe una soluzione corretta, ma l'educazione digitale dovrebbe essere fatta a scuola: lo studente esce e ha il brevetto di utente del web».

Alessandro Belardetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Glossario

Sniffare il traffico

L'azione degli hacker, che rubano i dati degli utenti che navigano con una rete non cifrata. Ci sono decine di tutorial su YouTube

Segrerare i client

Impostazione consigliata quando si installa una rete Wi-Fi: gli utenti vengono separati e ognuno vede solo il web, non il traffico altrui

Software Vpn

Con una Virtual private network le informazioni viaggiano crittografate. È consigliabile usare questo accorgimento in Wi-Fi

Malware

Il malware è un programma che arreca danni a chi lo utilizza. Il virus è un tipo di malware che si replica infettando altri file del pc

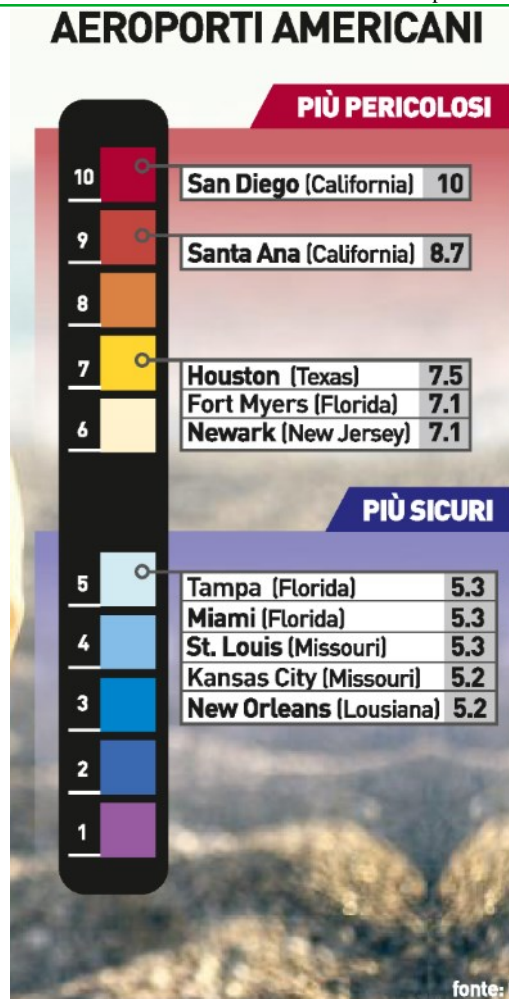


89% ITALIANI
Sono quelli che si connettono a hotspot wi-fi gratuiti

18% SITI PER ADULTI
Sono gli italiani che guardano contenuti hard su reti non protette

42% PAGHEREBBE UN RISCATTO
Quanti sono disposti a sborsare denaro agli hacker per evitare che i propri dati o foto vengano diffusi in Rete

fonte: Norton by Symantec



LA NOSTRA INCHIESTA: RETI RISCHIOSE

Mare, aeroporti e hotel «Wi-fi gratis in vacanza ma attenti alle truffe»

BELARDETTI e commento di MASSI ■ Alle pagine 10 e 11

Wi-fi gratis in vacanza Incubo hacker Reti libere ma insicure «A rischio dati e soldi»

Sotto l'ombrellone, nella camera d'albergo, in aeroporto: la comodità degli 'hotspot free' utilizzata dall'89% dei turisti italiani
Ma la polizia postale avverte: «Evitare transazioni bancarie, niente siti per adulti e mail. Così lo smartphone viene violato»

di ALESSANDRO
BELARDETTI
■ ROMA

SOTTO all'ombrellone dello stabilimento balneare, nella hall o nella camera dell'albergo, in coda per il check-in all'aeroporto, ai tavolini del caffè in piazza. Piacevole, comodo e soprattutto gratuito: le reti Wi-fi gratis hanno conquistato l'Italia e i turisti italiani, ma il pericolo di dare in pasto le informazioni sensibili dello smartphone agli hacker è molto elevato. La quasi totalità degli utenti (l'89% degli italiani, secondo una ricerca di Norton by Symantec) mette a repentaglio i propri cellulari. «Diffidare sempre - consiglia il vice questore Ivano Gabrielli, responsabile del Centro nazionale anticrimine informatico per la protezione delle infrastrutture critiche (Cnaipic) della polizia postale -, spesso dietro all'attività di un hotel si può nascondere un criminale informatico che 'sniffa' il traffi-

co dati. Evitare di compiere transazioni bancarie, andare su siti per adulti o aprire la mail inserendo le proprie credenziali. Per non esporsi ai rischi, bisogna creare una connessione sicura con una rete privata virtuale». Un sito web è protetto se nell'url si legge https (Hypertext transfer protocol secure) seguito dal simbolo di un piccolo lucchetto. Anche in questo caso, però, i dati sono vulnerabili se la connessione Internet non è sicura al 100%. Le informazioni viaggiano crittografate se si installa un software Vpn (Virtual private network).

PIÙ di un italiano su sei ammette di aver usato una rete Wi-fi pubblica aperta per guardare siti porno in un albergo o casa vacanze (35%), al bar o ristorante (33%), al lavoro (28%), in aeroporto (26%), in una stazione ferroviaria o dei bus (17%), in biblioteca (17%), in un bagno pubblico (16%). L'89%

mette a rischio le informazioni personali quando utilizza una Wi-fi pubblica - controllando il conto o accedendo all'account di posta -, il 66% non utilizza una Vpn per proteggere la connessione anche se proprio il sistema Vpn sia considerato lo scudo più efficace.

TUTTAVIA, nonostante l'apparente «sprezzo del pericolo», la paura è tanta: il 33% è terrorizzato dall'idea che i dettagli del proprio conto corrente o informazioni finanziarie possano essere sottratti;



il 26% teme che possano essere rivelati i segreti più intimi; il 22% teme per la sorte delle immagini, specie quelle hot e della famiglia; il 18% sostiene che sarebbe imbarazzante se i dettagli delle proprie chat venissero pubblicati on line; il 42% pagherebbe per evitare che le informazioni sottratte vengano diffuse ad amici, famiglia, superiori al lavoro, figli, partner. Nonostante la recente legislazione Ue abbia abolito i costi del roaming dati, il 70% degli italiani continua a usare una Wi-fi rischiosa, soprattutto per evitare di erodere il pacchetto dati mensile (42%).

COME ogni estate la polizia postale dà la caccia a migliaia di truffe in Rete, soprattutto legate all'affitto di case-fantasma. Il dirigente Gabrielli spiega: «Per la ricerca delle vacanze su Internet proliferano annunci caratterizzati da una iperbolia che trae in inganno chi è più sprovveduto. Spuntano truffe così ogni anno, situazioni in cui i soggetti rubano l'account di qualche portale che vende servizi vacanzieri e si sostituiscono a loro. I grandi portali effettuano più verifiche con transazioni mediate, sono più attenti a non avere dietro attività truffaldine».

E conclude: «Consigliamo di rivolgersi sempre a piattaforme che prevedono una valutazione interna, poi è importante verificare gli annunci e controllare se sono presenti su più piattaforme e con quali foto. Verificare da quanto tempo è in Rete l'annuncio che interessa, se nei forum ne parlano, vedere su Google Maps se il bene esiste veramente. Essere scettici sulle offerte troppo vantaggiose, soprattutto in questo periodo. Chi ha programmato le ferie, ha già riempito le strutture per l'80% e trovare offerte clamorose in questo momento è strano. Diffidare da strumenti di pagamento che non prevedono un momento di congelamento di denaro (come avviene invece su, per esempio, PayPal, dove la piattaforma fa da garante nella transazione, ndr). I pagamenti con ricariche di postepay, carte prepagate o bonifici effettuati verso uno Stato diverso da quello di villeggiatura sono sospetti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Allarme Dorkbot Il trojan che ruba i segreti finanziari

Nelle ultime settimane c'è stata una esplosione dei trojan bancari, famiglie di virus malevoli che rubano dati per sottrarre soldi. Tra questi c'è Dorkbot, presente anche in Italia, che ha colpito il 7% delle aziende nel mondo. «Gli hacker prendono di mira i turisti, meno attenti alla sicurezza, che accedono all'home banking con dispositivi condivisi e reti meno sicure», dice Maya Horowitz, manager di Check Point

Airbnb sotto l'assedio di Europa, comuni e Fisco ma fa il pieno di profitti

Airbnb sotto assedio ma fa il pieno di utili

LA COMMISSIONE UE PARLA DI PREZZI POCO TRASPARENTI E COMMERCIO SLEALE. DAGLI USA AL VECCHIO CONTINENTE LE AUTORITÀ LOCALI LA ACCUSANO DI CONTRIBUIRE AL CAOS DELLE CITTÀ. SULLE TASSE È SCONTRO. LA SOCIETÀ SI DIFENDE, ALZA IL MURO E AUMENTA I RICAVI
Andrea Frollà

Lo stop totale agli affitti brevi deciso da Palma di Maiorca, la stretta regolamentare del Giappone all'ospitalità privata, il no del Consiglio di Stato alla sospensione della cedolare secca e ora anche il furo della Commissione europea su prezzi, clausole contrattuali e pratiche commerciali. Sarà un compleanno particolarmente movimentato quello che Airbnb festeggerà virtualmente ad agosto nella baia di San Francisco, a dieci anni dal lancio del sito Airbedandbreakfast.com.

Dalle politiche turistiche delle grandi città alle pronunce della giustizia amministrativa, l'attenzione al fenomeno dell'home sharing si è fatta negli ultimi mesi piuttosto pressante. E sotto i riflettori è puntualmente finita la compagnia fondata nell'estate del 2008 da Joe Gebbia, Nathan Blecharczyk e dall'attuale amministratore delegato Brian Chesky. I milioni di utenti Airbnb non sembrano però affatto influenzati dal dibattito pubblico e continuano a prenotare case e stanze senza tregua, tanto che il gruppo ha pure iniziato a macinare profitti.

Il monito europeo

L'ultimo caso spinoso piovuto sul tavolo dei vertici di Airbnb è quello firmato lunedì scorso dalla Commissione europea. Si tratta di una coppia richiesta: allineamento dei termini e delle condizioni del servizio offerto dal colosso Usa alle norme comunitarie in materia di tutela dei consumatori e trasparenza sulla presentazione dei prezzi.

Nel mirino di Bruxelles, che parla di prezzi poco trasparenti e pratiche commerciali sleali, sono finite, da un lato, la distinzione tra attività di accoglienza privata e professionale, e dall'altro, la presentazione dei costi degli affitti tra oneri, tasse e tariffe varie che sarebbe poco corretta. Entro fine agosto

Airbnb dovrà proporre soluzioni dettagliate di conformità. Se non considerate soddisfacenti, l'Ue potrebbe adottare alcune misure coercitive. «Prendiamo i rilievi della Commissione europea in seria considerazione e il nostro impegno nei confronti della community è per la massima trasparenza - rispondono dal quartier generale di San Francisco -. Prima di procedere alla prenotazione gli ospiti sono portati a conoscenza di tutte le voci di spesa, inclusi costi del servizio e tasse. Collaboreremo con le autorità per chiarire i punti che sono stati sollevati».

La bagarre cittadina

Decisamente più delicata è la partita delle politiche comunali sparse per il pianeta, suonate in alcuni casi come vere e proprie misure anti-Airbnb. Ad aver fatto clamore è stata soprattutto la decisione di Palma di Maiorca che ad aprile ha vietato con un regolamento quasi tutti gli affitti a breve termine di case private, colpevoli secondo gli abitanti locali dell'impennata dei prezzi di locazione. La capitale turistica delle isole Baleari non è però l'unica ad aver imposto dei limiti.

Da anni ad Amsterdam si può condividere la propria casa di residenza per non più di 60 giorni all'anno (il Consiglio comunale ha inoltre proposto di abbassare il tetto a 30 giorni l'anno per i non professionisti a partire dal 2019). A Berlino nel 2016 era stato impo-

sto il divieto all'affitto dell'intero appartamento ma, dopo una serie di ricorsi e pronunce amministrative, è stato fatto un passo indietro e ora si può affittare anche le seconde case. Mentre in Giappone sono stati da poco fissati un tetto massimo di affitto a 180 giorni l'anno, l'obbligo di omologazione alle normative antincendio e la registrazione presso le autorità di competenza. E tentativi più o meno riusciti di regolare il mercato degli affitti brevi, e di riflesso i flussi turistici, sono stati registrati a Barcellona, Bruxelles, Amsterdam, Vienna e altre grandi città. A New York un progetto di regolamento comunale obbliga gli "host" a fornire i dati degli ospiti alle autorità cittadine e a specificare se gli affitti sono per un intero appartamento o per una sola camera.

La posizione dell'azienda

Sul boom degli affitti brevi Airbnb ha costruito le sue fortune. I 5 milioni di annunci in tutto il mondo, le 81 mila città coperte in più di 190 Paesi e gli oltre 300 milioni di viaggiatori serviti hanno permesso alla compagnia di chiudere il 2017 con ricavi stimati da Bloomberg a quota 2,6 miliardi di dollari e un utile di 93 milioni (primo anno profittevole). Un risultato spinto anche dagli oltre 4 miliardi di investimenti raccolti in 10 anni da Technology Crossover Ventures, Capital G e altri fondi, che hanno portato la valutazione di Airbnb sopra i 30 miliardi. È chia-



ro che l'introduzione di limiti non faccia impazzire di gioia il colosso di San Francisco.

Che in ogni caso non ci sta a passare come la causa di tutti i mali: «Non condividiamo i divieti totali né la caccia alle streghe. I problemi sono diversi da città a città e soprattutto nascono prima dell'avvento di Airbnb che è uno dei tanti fattori di questa tempesta perfetta. Eppure, dal dibattito pubblico sembra che siamo l'unico - sostiene Alessandro Tommasi, public policy manager di Airbnb Italia - Non credo comunque che sia in atto una crociata contro di noi.

Se ci sono necessità di limitazioni per esigenze di amministrazione siamo disponibili a confrontarci. Abbiamo già dialogato con Berlino, che ha riallargato le maglie dopo averle rese stringenti, Londra, Lisbona e altre città».

Il caso di Venezia

La polemica attorno al cosiddetto "effetto Airbnb" su fenomeni come il sovraffollamento delle città, l'aumento dei prezzi di locazione e la fuga dei residenti dai centri storici ha avuto un eco notevole anche in Italia. Soprattutto nelle cosiddette città d'arte e in particolare a Venezia. Nel capoluogo veneto Airbnb si è infatti ritrovata più volte nell'occhio del ciclone con l'accusa di aver favorito l'esplosio-

ne del turismo incontrollato. Lettura che la compagnia respinge in pieno: «Ci sono casi come Venezia e New York dove la residenzialità è un tema, ma guardare ad Airbnb come la causa del fenomeno mi sembra sbagliato. Lo spopolamento dei centri storici delle città d'Italia è di lungo periodo e figlio di tanti fattori, tra cui sicuramente rientra il turismo - commenta Tommasi - Siamo indicati come i fautori del turismo mordi e fuggi a Venezia quando tramite Airbnb si registrano 470mila accessi annuali alla città e i visitatori sono più di 20 milioni ogni anno. Come facciamo ad essere noi il problema? Direi che il nostro impatto è sovrastimato. Anche perché il gruppo di Airbnb che visita Venezia è mediamente formato da 2-3 persone. Forse bisognerebbe guardare ai mega gruppi».

Il fronte fiscale

Novità dalle amministrazioni potrebbero arrivare nei prossimi mesi. Il primo cittadino di Venezia, Luigi Brugnaro, sta studiando l'introduzione di un numero chiuso di ingressi turistici nei giorni da bollino nero. E anche il sindaco di Firenze, Dario Nardella, continua a invocare per le città d'arte il potere di stabilire un numero chiuso, ma programmato, per le locazioni turistiche nelle case dei privati. A

prescindere da chi si muoverà, l'attenzione di Airbnb per l'Italia rimarrà elevata. Non solo perché il Belpaese è il suo terzo mercato dopo Usa e Francia per numero di annunci (350mila).

O perché nel 2017 sono arrivati in Italia tramite Airbnb quasi 8 milioni di visitatori (al top Roma, poi Firenze e Milano che sono due delle 11 città con cui Airbnb ha stipulato accordi per la riscossione e il versamento dell'imposta di soggiorno). Ma anche per la partita fiscale. In ballo c'è la "tassa Airbnb", ossia l'obbligo per gli intermediari immobiliari (inclusi i portali come Airbnb, Booking e Homeaway) di agire da sostituti d'imposta, trattenendo una ritenuta del 21% sui canoni delle locazioni sotto i 30 giorni, e di comunicare i relativi dati all'Agenzia delle Entrate. Una misura considerata "discriminatoria" dal gruppo Usa che assieme ad altri intermediari si è chiamato fuori dalla raccolta.

E finora i risultati sono stati da flop: degli 83 milioni di euro attesi nel 2017, stima il Rendiconto Generale dello Stato, ne sono entrati solo 19. La partita si gioca tutta sul braccio di ferro legale. Dopo il respingimento per incompetenza di un'istanza promossa da Airbnb al Consiglio di Stato, a ottobre inizierà il processo al Tar del Lazio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE RICAPITALIZZAZIONI DI AIRBNB

Data annuncio	Numero di investitori	Investitori guida	Importo (milioni di dollari)
2017 9 marzo	6	CapitalG TCV	447,8
2016 22 settembre	6	CapitalG TCV	555,5
2016 16 giugno	4	JPMORGAN CHASE & Co.	1.000,0
2015 20 novembre	1	FIRSTMARK	100,0
2015 28 giugno	15	GENERAL ATLANTIC	1.500,0
2014 16 aprile	6	-	475,0
2013 28 ottobre	5	FOUNDERS FUND	200,0
2011 25 luglio	8	ANDREESSEN HOROWITZ	112,0

81

MILA

Le città in tutto il mondo (per la precisione 191 Paesi, due in meno dei membri dell'Onu) in cui si trovano alloggi affittati con Airbnb

5

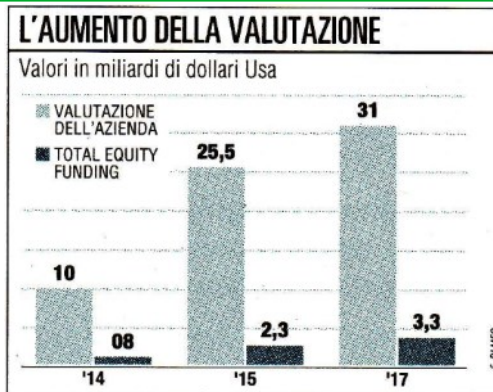
MILIONI

Gli annunci che appaiono sul sito Airbnb (e sui siti nazionali) ogni anno riguardanti abitazioni in ogni angolo del pianeta

300

MILIONI

I viaggiatori nel mondo (su 1,4 miliardi di turisti che si sono mossi nel corso del 2017) che hanno affittato un alloggio su Airbnb



[[CASI]]



Palma di Maiorca

La capitale turistica delle Baleari ha votato ad aprire un regolamento per vietare quasi tutti gli affitti a breve termine di case private come quelli su Airbnb, che secondo gli abitanti locali hanno innescato forti aumenti dei prezzi. Il nuovo regolamento non consentirà più la condivisione delle abitazioni in condomini, mentre le case unifamiliari continueranno ad essere disponibili purché non si trovino su terreni protetti.



Berlino

Nel maggio 2016 era entrato in vigore un divieto all'affitto dell'intero appartamento. A seguito di numerosi ricorsi amministrativi, che hanno chiarito la possibilità di affittare la propria casa fino a 182 giorni, come riporta la stessa Airbnb nel suo sito, nel marzo 2018 la città ha modificato la normativa consentendo la locazione sia di prime sia di seconde case.



Kyoto

Kyoto consente affitti nelle abitazioni in stile bed and breakfast solo tra metà gennaio e metà marzo (che è bassissima stagione, anche se ai più fortunati potrebbe capitare di imbattersi nei templi della città d'arte nipponica ammantati di neve). La stessa capitale culturale del Sol Levante ha adottato almeno a livello di singoli quartieri, alcuni altri provvedimenti di contenimento del fenomeno.



Amsterdam

Nel 2014 la più grande e famosa città olandese è diventata una delle prime metropoli al mondo ad adottare regole che consentono ai residenti di condividere la casa in cui vivono per un periodo di 60 giorni all'anno. A gennaio il Consiglio comunale ha proposto di abbassare il tetto da 60 a 30 giorni l'anno, solamente per i non professionisti (cioè i turisti), a partire dal 2019.

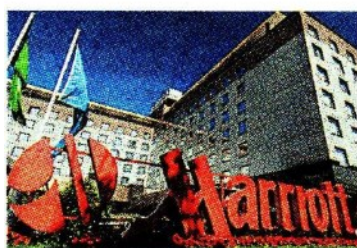


Parigi

Dal gennaio 2018 Airbnb ha introdotto nelle sole zone centrali di Parigi una limitazione automatica per la condivisione di intere case per più di 120 giorni l'anno a meno che l'host non confermi di avere l'autorizzazione necessaria per condividere la sua casa più frequentemente. Un modello del genere, anche nella chiave di limitare i flussi incontrollati di turisti, sta pensando di adottarlo anche Venezia.

[[IL MERCATO]]

Offerte e sconti i grandi alberghi fanno concorrenza all'home sharing



Il mercato dell'home sharing per gli affitti brevi è stato per quasi un decennio un affare esclusivo di Airbnb e dei suoi competitor digitali, da Booking a Expedia. Lo scenario è però cambiato negli ultimi anni con la discesa in campo dei grandi gruppi alberghieri, rimasti a lungo spettatori della crescita esponenziale delle piattaforme online per la condivisione degli appartamenti. Pioniere è stato nel 2016 il gruppo francese Accor. Prima con la doppia acquisizione di Onefinestay (affitto appartamenti di lusso) e Squarebreak (alloggi vari, anche nel segmento economico). E poi con quella di Travel Keys, specializzata nell'affitto di ville ai turisti.

Anche il gruppo statunitense Hyatt ha scelto le linee esterne, acquisendo nell'estate del 2017 una quota di minoranza nella startup degli affitti di lusso Oasis. Recentemente è uscito dalla tana pure Marriott. Da maggio il gigante americano offre infatti soggiorni brevi (per ora solo a Londra) in tandem con la startup Hostmaker e con un posizionamento extra lusso: per cinque persone con un letto e un bagno ciascuno a Notting Hill si va oltre le 2mila sterline a notte. Non mancano però case più piccole e meno centrali, per cui servono comunque almeno 250 sterline.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Airbnb è "sotto tiro" da parte delle autorità fiscali, dell'Ue, dei Comuni



1



2



3



4

Alessandro Tommasi, manager di Airbnb Italia (1); **Brian Chesky**, cofondatore e attuale ceo di Airbnb (2); gli altri due cofondatori della società: **Joe Gebbia** (3) e **Nathan Blecharczyk** (4)

IL PERSONAGGIO

Mukesh Ambani
viene dall'India
l'anti Jack Ma

Filippo Santelli a pagina 6

IL PERSONAGGIO

Mukesh Ambani dal petrolio all'e-commerce per superare Jack Ma

CON UN PATRIMONIO DI 44,3 MILIARDI DI DOLLARI L'IMPRENDITORE INDIANO, LA CUI FAMIGLIA HA FATTO FORTUNA CON GLI IDROCARBURI, È DIVENTATO L'UOMO PIÙ RICCO D'ASIA SUPERANDO IL FONDATORE DI ALIBABA PROPRIO GRAZIE AI CONSUMI VIA INTERNET
Filippo Santelli

Pechino

Così al primo sguardo sembra la rivincita della vecchia economia, quella degli idrocarburi, sulle magnifiche sorti e progressive dell'hi-tech. E in effetti è proprio lì, estraendo e trasformando petrolio, che la famiglia indiana degli Ambani ha accumulato la sua fortuna originaria, ammassata nella cassaforte societaria Reliance Industries. Ma il più recente balzo di Mukesh Ambani, quello che una decina di giorni fa ha portato l'ultimo esponente della dinastia a superare il fondatore di Alibaba Jack Ma e diventare l'uomo più ricco di Asia, 44,3 miliardi di dollari di patrimonio secondo Bloomberg, nulla ha a che vedere con le tradizionali materie prime. Da qualche tempo infatti il 61enne imprenditore indiano ha deciso, con inatteso successo, di diversificare le proprie attività in nuovi e più avanzati comparti. Possedeva già la catena di negozi più vasta del Paese, le ha affiancato una società di telecomunicazioni che in pochi mesi,

grazie a tariffe stracciate, ha conquistato centinaia di milioni di clienti. E il prossimo passo, che ha spinto alle stelle il titolo della società e la sua fortuna personale, è fonderle in una nuova esperienza di acquisto "ibrida", dove si mescolino digitale e negozi fisici. Una sfida ai giganti del commercio elettronico, Amazon, Walmart e la stessa Alibaba di Jack Ma, che sul mercato indiano stanno tutti scommettendo cifre milionarie.

Rivoluzione di là da venire

Perché in India la rivoluzione digitale dei consumi deve ancora decollare. Le potenzialità sono enormi, considerata una popolazione di un miliardo e 350 milioni di persone, destinata a breve a superare quella cinese. Stimano alcuni analisti che le vendite tramite e-commerce, oggi un granello da 32,7 miliardi di dollari, lieviteranno a 72 entro quattro anni, e a 200 miliardi entro dieci. Normale si sgomitano per essere in prima fila. Amazon, che è già numero due del mercato, è stata bruciata dalla rivale americana Walmart nella corsa all'acquisto (16 miliardi di dollari per il 77%) dell'attuale numero uno, la startup locale Flipkart. Mentre Alibaba si sta piano piano intrufolando investendo in una serie di aziende di pagamenti, logistica e commercio elettronico. Il punto però è che l'evoluzione degli acquisti in India segue una traiettoria

molto diversa da quelle americana o cinese, e non solo perché il reddito pro capite stagna ancora sotto i 2 mila dollari l'anno (un quarto di Pechino). Il Paese ha appena 430 milioni di cittadini connessi, per lo più via telefono, e molti di loro lo hanno acquistato da pochissimo: ancora non si avventurano negli acquisti online, dicono gli esperti che per prendere la necessaria confidenza ci vogliono in media cinque anni di navigazione. D'altro canto, con infrastrutture scadenti e città al collasso, garantire la logistica per le consegne è un'impresa disperata. Manca insomma in India l'economia di scala che ha permesso a Jeff Bezos in Occidente e Jack Ma in Cina di costruire i rispettivi imperi dei pacchi. In India Amazon è un negozio da "appena" 160 milioni di prodotti, contro i 400 milioni che offre negli Stati Uniti.

Modello ibrido

Sono queste peculiarità che proverà a sfruttare il modello "ibrido" immaginato da Ambani



ni. Il primo passo è allargare ancora la rete del suo gioiellino telefonico, Reliance Jio Infocomm, al momento forte di 215 milioni di clienti. Lato mobile, la super low cost sta sfondando grazie ai telefoni connessi di sua creazione distribuiti ai clienti a costo zero, apparecchi senza fronzoli diventati per molti indiani la prima chiave d'accesso alle meraviglie del web. Una rivoluzione che ha spinto fuori mercato le compagnie più piccole e spinto le più grandi a fonderci. Lato linea fissa, da agosto inizierà a installare le linee della banda larga in 1.100 città del Paese, il più ambizioso progetto di cablaggio in corso al mondo. Nell'attesa che tutte queste persone diventino perfetti acquirenti online però, i famosi cinque anni, la società cercherà di attirare nei negozi fisici distribuendo sui cellulari dei coupon digitali, che potranno essere riscattati alla cassa al momento del pagamento. Qui il modello è senza dubbio la Cina, dove i pagamenti via smartphone, attraverso Alipay (Alibaba) o WeChat (Tencent), sono ormai la regola anche negli esercizi di mattoni e cemento. E tutti i commercianti, giù fino alla bancarella della frutta all'angolo della strada, li accettano.

Entrare nei portafogli

Jack Ma, con i suoi 40 miliardi di dollari di patrimonio, insegna: entrare nei portafogli dei cittadini è la chiave per impadronirsi della loro vita. «Questa è la nostra più grande opportunità di crescita», ha detto Ambani qualche settimana fa all'assemblea degli azionisti. Mandando

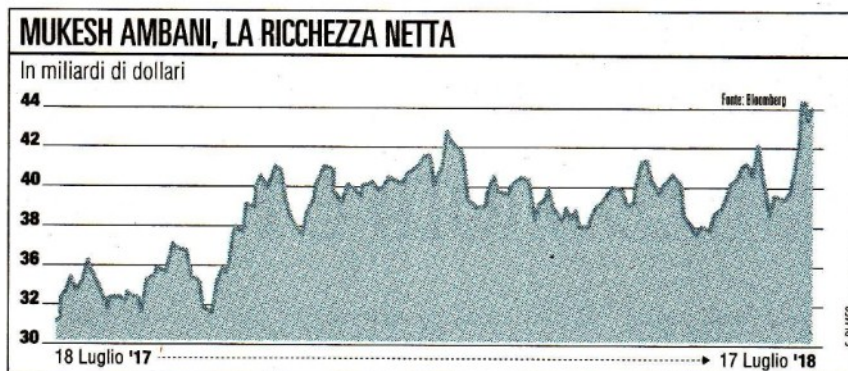
in visibilo loro e gli analisti, nonostante la montagna di debiti che Reliance Industries sta accumulando per finanziare questi faraonici progetti, al momento in perdita. Certo i dubbi sul successo finale rimangono, anche perché Mukesh Ambani non ha proprio il physique du role del rivoluzionario digitale della Silicon Valley. Il suo indianissimo profilo è da tycoon orientale vecchia scuola: l'azienda non l'ha creata, ma ereditata dal padre insieme al fratello, con cui subito dopo è scattata la classica battaglia per la successione risolta solo grazie a una spartizione mediata dalla madre. Ambani sarà pure vegano e astemio, ma la casa in cui vive, l'Antilia Building di Mumbai, di certo non si può dire castigata. Si tratta della più costosa residenza privata al mondo, testa a testa con Buckingham Palace, valore 2 miliardi di dollari, 27 piani con uno staff a tempo pieno di 600 persone. Una sorta di plastica rappresentazione del privilegio, in una megalopoli che ospita alcune delle più raccapriccianti bidonville del pianeta. «La persona che ci vive dovrebbe essere preoccupata da quello che vede attorno a sé e chiedersi come può fare la differenza», disse, chissà se con un filo di invidia, l'altro grande magnate indiano Ratan Tata.

Il fratello minore

Fino a ieri il più innovatore dei fratelli Ambani sembrava Anil, il minore. Quello educato negli Stati Uniti, mentre il maggiore rinunciava al college oltre Oceano per aiutare il padre a fondare l'impero. Quello che nella grande spartizione si era

indirizzato verso le industrie più creative, il cinema e i media. E invece, in una gustosissima vendetta, ecco che Mukesh ha invaso il suo campo, con la forza dei miliardi che gli garantiscono i proventi di petrolio e derivati, per la cui raffinazione possiede nel Nordest, avete indovinato, il più grande impianto al mondo. Certo per aver successo nel mondo dei consumatori digitali ci vuole un altro tipo di sensibilità. Ma è anche vero che nei Paesi in via di sviluppo, un po' come è successo in Cina, le tecnologie non devono per forza avere il levigato fascino di un iPhone, a patto che rispondano a dei bisogni essenziali. I telefoni che Ambani ha lanciato (presto la seconda versione) sono di fatto una nuova creatura, né vecchi cellulari né rombanti smartphone, ma cellulari capaci di connettersi. Ora tra gli analisti c'è chi si spinge a dire, con un filo di temerarietà, che se il suo piano avesse successo Reliance Industries potrebbe addirittura raddoppiare di valore. Altri avvertono che per l'ennesima volta l'India, da tempo sul trampolino dello sviluppo senza mai davvero riuscire a lanciarsi, potrebbe ancora una volta tradire le attese. Di certo, a Mukesh Ambani non basta giocarsi il titolo di uomo più ricco d'Asia con Jack Ma. Là in vetta alla classifica dei Paperoni mondiali c'è un altro che ha fatto fortuna con l'e-commerce, Jeff Bezos: 150 miliardi di patrimonio personale, quasi quattro volte il suo. Pare irraggiungibile, ma l'India ha appena iniziato a connettersi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IL CASO**La nuova frontiera del subcontinente stavolta è Amazon a inseguire Walmart**

Sarà l'India la nuova frontiera della rivoluzione e-commerce?

A giudicare dalla sfida tra colossi che si è giocata attorno a Flipkart, il supermercato digitale numero uno del Paese, sembrerebbe proprio di sì. La società, fondata nel 2007 da due ingegneri indiani ex dipendenti di Amazon, è finita qualche mese fa al centro di una vera e propria sfida di rilanci, che alla fine ha visto il gruppo di Jeff Bezos battuto dall'arcirivale Walmart, impegnato in un deciso restyling digitale. L'offerta vittoriosa, per il 77% della società, è stata di 16 miliardi di dollari, e ora attende l'approvazione da parte delle autorità Antitrust che salvo sorprese arriverà entro la fine dell'anno. Della cordata sembrava che dovesse far parte anche Google, la cui piattaforma di e-commerce Express ha un accordo di distribuzione dei prodotti

Walmart negli Stati Uniti, con un gettone da circa 2 miliardi di dollari. L'ipotesi però sembra sfumata, pare per la contrarietà dei manager di Flipkart a portarsi dentro casa un potenziale concorrente, visto che presto o tardi la grande G potrebbe decidere di lanciare Express anche in India. Quanto a Bezos, dovrà consolarsi con la crescita organica della sua Amazon nel Paese, che a sentire la società si sta rivelando la più veloce mai registrata fuori dagli Stati Uniti per gli abbonati al servizio Prime. Grazie a investimenti monstre, fino a oggi circa 5 miliardi di dollari, il colosso americano è riuscito a conquistare una quota di mercato del 30%, insidiando di fatto il primato di Flipkart. Ce ne vorranno molti di più, forse addirittura altrettanti ora per continuare l'ascesa, in una sfida per il primato che i nuovi padroni di Walmart promettono di rendere all'ultimo sconto. Ma se c'è un imprenditore che non ha paura di spendere, quello è senza dubbio Bezos. (f.s.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Nosedà (Iab):
"La pubblicità
su Internet
supera quella
in televisione"**

Eugenio Occorsio
a pagina 23

Il sorpasso della pubblicità sul web "Anche in Italia va meglio della tv"

NEL MONDO SFONDI GLI 88 MILIARDI CONTRO I 70 DEL PICCOLO SCHERMO, NEL NOSTRO PAESE SONO GLI INVESTIMENTI PRO CAPITE AD ESSERE PIÙ FORTI: "L'ECONOMIA DIGITALE È UN FATTORE DI SVILUPPO DECISIVO", DICE CARLO NOSEDÀ, PRESIDENTE DI IAB. "OCCORRE TUTELARLA E VALORIZZARLA DAL PUNTO DI VISTA FISCALE E REPUTAZIONALE"

Eugenio Occorsio

Man mano che vengono elaborati, i dati del 2017 confermano che è stato l'anno di una significativa rivoluzione nell'economia digitale e multimediale: non solo la pubblicità su Internet ha scavalcato quella televisiva su scala mondiale con 88 miliardi di dollari di giro d'affari (+21,4% sull'anno precedente contro il -2,6% della tv che è scesa a 70 miliardi), ma anche in Italia a ben guardare è vero che il web è ancora il secondo mezzo con il 30% del totale del mercato contro il 50% della televisione, con riferimento agli investimenti pro capite il sorpasso è avvenuto. «Se guardiamo al rapporto fra investimenti pubblicitari web e utenti web giornalieri, scopriamo che il valore è di 100 euro mentre l'analogo rapporto investimenti/spettatorie per la tv è di 80 euro», spiega Carlo Nosedà, che oltre ad essere amministratore delegato di M&C Saatchi Italia è dal 2014 presidente per il nostro paese dello Iab (International advertising bureau), la più importante associazione nel campo della pubblicità digitale che rappresenta l'intera filiera del mercato della comunicazione interattiva. «Pensi, a riprova di come cresce rapidamente questo mercato, che venti anni fa ogni individuo online valeva in termini di investimenti pubblicitari 5,7 euro, e 50,7, la metà di oggi, nel 2011».

Cosa comporta la nuova realtà?

«È l'ulteriore conferma che il mercato digitale ha un ruolo decisivo per l'economia italiana, con un valore di 58 miliardi che arrivano considerando l'indotto a 80 miliardi e un'occupazione di 600mila persone. La sola pubblicità digitale è cresciuta nel 2017 del 12% fino a 2,7 miliardi, e le prospettive per l'anno in corso sono altrettanto favorevoli. Però, nel momento in cui prendiamo atto di questi importanti fatti, ci sono misure da prendere subito».

Quali misure?

«Intanto occorre prendere atto che il 71% del fatturato pubblicitario online, e ben il 90% del fattore di crescita, finisce a due player, Google e Facebook. È una situazione evidentemente da riequilibrare, e la misura più urgente è ristabilire l'equità fiscale».

È l'antica questione del fatturato realizzato in Italia ma contabilizzato in Paesi a fiscalità più favorevole, tipo Irlanda e Lussemburgo? Non era già stata denunciata e risolta?

«Denunciata sì, eccome. Ma risolta non ancora. Ci sono grandi disparità fra imprese nazionali e competitor stranieri. Bisogna riconoscere con la massima chiarezza la creazione del valore e dove esso viene tassato. Non mettiamo in discussione la capacità di innovazione degli *over the top* mondiali, ma se queste aziende pagano poche tasse hanno più risorse da destinare alla ricerca e altri investimenti a differenza delle aziende italiane. E questo non è giusto. Chiediamo regole fiscali chiare e uguali per tutti. E, con l'occasione, sarebbe auspicabile mettere in campo incentivazioni di qualche tipo, anche minimamente influenti sul bilancio dello Stato, a favore delle aziende italiane».

Venendo a un altro argomento scottante, la privacy, in primavera contemporaneamente è entrata in vigore la direttiva europea Gdpr ed è esploso il caso Cambridge Analytica. Quali iniziative avete in corso al proposito?

«Premesso che uno scandalo della portata di Cambridge Analytica (87 milioni di utenti Facebook "violati", ndr) mette in evidenza la difficoltà di un colosso del web come Facebook nel garantire la tutela dei dati dei propri utenti, ossia le fondamenta su cui si basa la legittimità del social network stesso, il possesso di dati sensibili che tracciano l'identità online di miliardi di persone porta inevitabilmente una maggiore responsabilità sociale da cui i big del settore non possono sottrarsi, e anzi dovrebbero curare con più attenzione. Questa vicenda ha minacciato di ripercuotersi sull'intera industria della pubblicità digitale. La direttiva Gdpr è un buon inizio, non a caso nasce non in America ma in Europa dove c'è

maggiore sensibilità sul tema, che potrebbe portare un nuovo rinascimento del web. Purché sia applicata integralmente e correttamente. Un *framework*, una cornice, comune e condivisa sulla trasparenza nell'utilizzo dei dati da parte delle società diviene ancora più urgente. Come associazione a livello europeo, stiamo portando avanti il Gdpr Transparency & Consent Framework, in grado di fornire a editori, inserzionisti e aziende adtech strumenti comuni con cui riconoscere e comunicare il consenso del consumatore per la pubblicazione di contenuti e pubblicità in linea con il Gdpr, impedendo così ai player di utilizzare i dati degli utenti per scopi diversi da quelli inizialmente dichiarati. In questo modo si dovrebbe garantire una maggiore tutela sia nella fase di raccolta, che di utilizzo dei dati degli utenti. Una prospettiva nobile, che vorremmo fosse sposata diligentemente da tutti gli operatori, grandi o piccoli che siano».

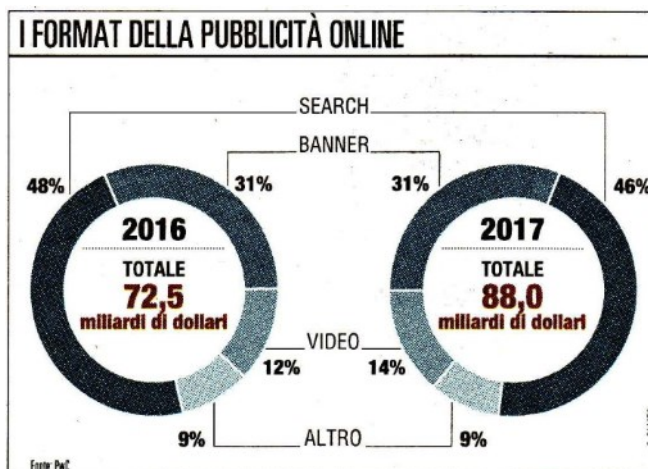
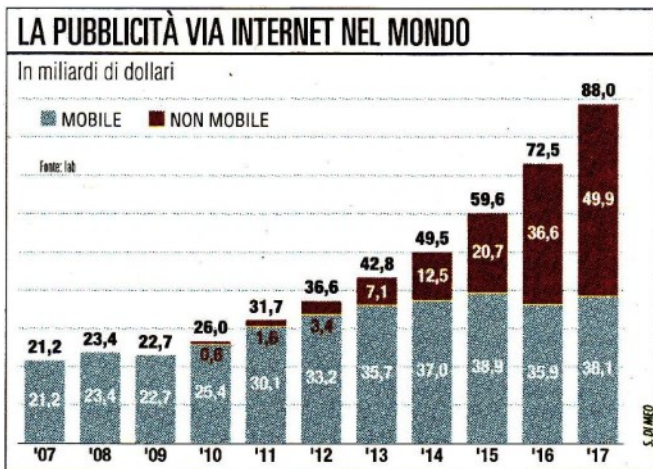
Quali altre misure avete in cantiere per valorizzare la portata del digitale nell'economia?

«La prossima iniziativa sarà il lancio di "Iab Quality Index" una sorta di rating, di bollinatura, sui siti stessi che accolgono la pubblicità online, da quelli delle aziende editoriali a quelli delle associazioni o di chiunque altro. Con la collaborazione di alcuni partner tecnologici abbiamo predisposto un paniere di parametri di affidabilità, che gli utenti pubblicitari potranno consultare al momento di assegnare i budget, dall'affollamento pubblicitario alla garanzia che quel sito, anche inavvertitamente, non "gonfi" la propria audience con l'ausilio di software-robot che si fingono



utenti "autentici". Il tutto andrà a integrarsi con l'Audiweb, che calcola quantitativamente le pagine viste e il parco utenti, cercando di fare un'analisi qualitativa ancora più approfondita».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



88

MILIARDI DI DOLLARI

Il valore del mercato pubblicitario via web nel mondo a fine 2017: è oltre il 21% di aumento sull'anno precedente

2,7

MILIARDI DI EURO

Il valore dello stesso mercato in Italia (+12%): di questi, il 71% è appannaggio dei Big internazionali di Internet (Google, Facebook)



L'AUDIZIONE

Mark Zuckerberg durante l'audizione parlamentare, al Congresso di Washington relativa allo scandalo di Cambridge Analytica, la società di ricerca che ha abusivamente utilizzato i dati relativi a 87 milioni di utenti Facebook - estratti con modalità misteriose - per influenzare le elezioni americane del 2016

Carlo Noseda,
a capo di lab Italia



Lo scontro tra la Commissione Ue e il gigante di Mountain View andrà avanti per anni**E quando si arriverà a una conclusione la realtà sarà probabilmente cambiata****Una battaglia inutile che però allarga la distanza tra Europa e Usa. Un assist a Trump**

INVIDIE TRANSATLANTICHE LA GEOPOLITICA DI GOOGLE

L'innovazione
confonde
le strategie
antitrust
tradizionali.
Washington
e Bruxelles
divergenti

di **Danilo Taino**

Si ha sempre più spesso l'impressione che la Ue e i Paesi europei siano impegnati a fornire argomenti e motivi di scontro a Donald Trump. Il quale non perde occasione per approfittarne.

Nelle settimane scorse è stato il caso della polemica sulle spese per la Difesa nell'ambito della Nato, troppo basse da parte dei partner del Vecchio Continente, e delle accuse del presidente americano alla Germania per la scelta di partecipare al gasdotto NordStream 2 controllato dalla russa Gazprom. Per quanto possano essere lette come strumentali, le critiche della Casa Bianca sono fondate. La settimana scorsa si è aperto un nuovo fronte, la multa di 4,3 miliardi di euro comminata a Google dalla Commissaria alla Concorrenza Margarethe Vestager. Trump l'ha attaccata duramente. Ha anche in questo caso delle ragioni?

Sul piano strettamente tecnico, del merito, la realtà è complessa. Quando distribuisce ai produttori di smartphone il sistema Android, Google vi applica automaticamente il suo motore di ricerca, il suo browser Chrome, il suo app store. Si prende un vantaggio sui concorrenti (che protestano, anche con la Ue). Lo giustifica sostanzialmente con due argomenti: il primo dice che Android è distribuito gratuitamente, ha alti costi di sviluppo e di miglioramento, avvantaggia gli utenti che infatti lo apprezzano; il secondo argomento dice che niente impedisce a chi usa uno smartphone con sistema Android (l'80% del mercato) di scaricare un browser diverso, un altro motore di ricerca, qualsiasi app. In più, Google sottolinea che un'alternativa non insignificante esiste: l'iPhone di Apple.

La signora Vestager e gli esperti della Ue sostengono al contrario che le pratiche commerciali di Google in questo business sono di posizione dominante, che limitano la concorrenza e quindi frustrano l'innovazione. Da qui, dopo tre anni di indagine, la multa e, soprattutto, l'imposizione di cambiare modello di business per quel che riguarda Android.

Nel merito, sembrano esserci argomentazioni forti da un lato e dall'altro: sarà una lunga battaglia di tecnici e avvocati. Ci sono però alcune questioni di fondo che arrivano prima della battaglia legale. Una è la concezione della politica antitrust. All'inizio del decennio, le pratiche di Google erano già state messe sotto inchiesta dall'americana Federal Trade



Commission, la quale continua a tenere sotto osservazione la società di Mountain View ma non ha aperto una caso di antitrust. È che, quando si trattano le questioni di posizione monopolistica, nella Ue prevale l'approccio che guarda soprattutto alla concorrenza tra produttori; in America si tende invece a valutare innanzitutto i benefici ai consumatori. Non solo: negli Stati Uniti il dibattito sulle politiche antitrust è continuo, in particolare in relazione al rapporto tra i giganti hi-tech e l'innovazione, con teorie secondo le quali in gran parte dei casi gli interventi delle autorità hanno effetti più negativi che positivi, soprattutto in un settore in evoluzione rapidissima come quello digitale.

In effetti, l'iniziativa della Ue contro Google ha ottime probabilità di venire superata dalle prossime innovazioni prima di arrivare a una conclusione nei tribunali: intelligenza artificiale, riconoscimento vocale e altro cambieranno i termini del mercato così come la tecnologia mobile ha terminato il dominio del browser di Microsoft, l'Explorer, contro il quale la Commissione Ue produsse un altro grande caso di antitrust. Con la possibile nascita di protagonisti hi-tech diversi da quelli dominanti oggi.

Google è certamente un potere da tenere sotto osservazione per come usa contenuti prodotti da altri o per come controlla parti consistenti della pubblicità digitale. Voleva fermare su Android, come intende fare Bruxelles, sembra però non solo discutibile nel merito ma anche velleitario: una battaglia per qualcosa che tra non molto non esisterà probabilmente più.

Infatti, il titolo della società di Mountain View non ha particolarmente risentito dell'iniziativa della signora Vestager. In compenso, l'iniziativa Ue ha aperto un nuovo fronte di scontro transatlantico. Trump ha avuto l'occasione per ribadire che gli europei approfittano dell'America e delle sue grandi società. «Ma non

per molto», ha assicurato.

Il caso Google entra così nello scontro tra i due poli dell'Occidente, diventa parte dello scontro commerciale voluto dal presidente americano. Le iniziative degli ultimi anni della Ue contro Google, Apple, Amazon, Microsoft, Intel, Qualcomm sono da anni viste negli Stati Uniti come pratiche commerciali scorrette, decise da un continente che non riesce a competere e a creare giganti nell'hi-tech e quindi attacca Silicon Valley e le multinazionali americane. È una battaglia di retroguardia. Probabilmente inutile e quindi poco saggia.

 @danilotaino

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Vodafone irrompe nell'Internet of things i nuovi prodotti intelligenti per auto e casa

V-HOME, SERVIZI E "DEVICE" CONNESSI PER LA PROTEZIONE DELLE ABITAZIONI E ACCESSIBILI DA SMARTPHONE. IL BRACCIALETTO V-SOS CHE IN CASO DI EMERGENZA UTILIZZA LA RETE MOBILE PER TRASMETTERE UNA NOTIFICA ALLE PERSONE PRECEDENTEMENTE DESIGNATE

Maria Luisa Romiti

Tutto è cominciato a fine 2017 quando Vodafone ha presentato, in contemporanea con Germania, Spagna e UK, V by Vodafone ovvero la nuova offerta legata all'IoT per il mercato consumer. La gamma, che al lancio comprendeva V-Auto, V-Camera, V-Pet e V-Bag, si è recentemente arricchita di due nuovi prodotti V-Home e V-SOS Band.

Nel primo caso si tratta di una soluzione, nata dalla collaborazione con Samsung, di servizi e prodotti connessi per il controllo e la protezione della casa, e accessibili dal proprio smartphone. Il kit comprende il Samsung SmartThings Wi-Fi hub, un piccolo dispositivo che gestisce un gran numero di prodotti IoT compatibili e li connette alla piattaforma aperta SmartThings. A questo può essere collegata la telecamera compatta SmartThings, che dispone di un sistema di rilevamento del movimento e di visione a infrarossi per le ore notturne, con la possibilità di archiviare le registrazioni degli ultimi 14 giorni nel cloud video personale crittografato di "V-Home by Vodafone". In aggiunta il sensore multifunzione da collocare su porte o finestre e la sirena d'allarme (85 decibel) dotata di una luce stroboscopica. La gamma di dispositivi verrà ampliata nel corso del 2018 con l'introduzione di altri sensori SmartThings, sistemi di illuminazione, termostati e altoparlanti intelligenti.

La configurazione di V-Home by Vodafone è semplice: si accede all'app "V by Vodafone", si effettua la

scansione del QR code sul Samsung SmartThings Wi-Fi hub per collegare il dispositivo al proprio account V by Vodafone: in questo modo ogni dispositivo connesso è automaticamente rilevato e aggiunto alla rete. Nella soluzione sono inclusi anche V-Home Monitor - l'interfaccia all'interno dell'applicazione che permette di attivare e disattivare, anche da remoto, tutti i dispositivi connessi e i servizi di V-Home - e V-Home Alarm Assistant, il servizio Vodafone che, in caso di evento inatteso rilevato, avvisa prima con una notifica sull'app e, successivamente, solo se l'allarme non viene disattivato, con un sms, una chiamata tramite IVR e, infine, tramite un consulente dedicato. In caso di fallimento di tutti questi tentativi di avviso, entro i 15 minuti successivi all'attivazione dell'allarme verranno chiamati altri cinque contatti selezionati in fase di configurazione. V-Home by Vodafone ha un costo iniziale di 349 euro e un canone mensile di 7 euro per il servizio, che ai clienti Vodafone viene automaticamente addebitato sulla fattura.

V-SOS Band by Vodafone è un "braccialetto" resistente all'acqua (certificazione IP67), con un'autonomia di circa un mese e una sim card integrata che, in caso di emergenza, utilizza la rete mobile per trasmettere una notifica con indicazioni sulla posizione a quattro familiari o contatti configurati. Se si preme per tre secondi l'apposito pulsante, le persone scelte sono avvisate dell'emergenza tramite l'app V-SOS Band by Vodafone. Grazie a un algoritmo e a un accelerometro integrato, il dispositivo è in grado di rilevare eventuali cadute di chi lo indossa e, quando è attivata la funzione di emergenza, è possibile localizzarlo tramite una combinazione di gps, rete mobile e Bluetooth. V-SOS Band by Vodafone ha un costo iniziale di 79 euro per il dispositivo e un canone mensile di 5 euro per i servizi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Qui sopra, il braccialetto per la sicurezza delle persone

Reputazione digitale, oro delle imprese «Aiutiamo brand e manager a gestirla Il web ci dice quanto vale un'azienda»

Matteo Flora ha fondato 'The Fool', una società che aiuta le imprese a creare e gestire una reputazione online, asset intangibile ma prezioso.

Daniela Laganà
■ MILANO

SOSTENEVA Henry Ford che «le due cose più importanti non compaiono nel bilancio di un'impresa: la sua reputazione e i suoi uomini». Un'affermazione che, a distanza di quasi un secolo, trova ancora ragione d'essere, soprattutto per quanto riguarda la prima che, in epoca di *social network* e web imperanti, rischia di diventare un boomerang per il business se non tenuta in debita considerazione. «Attualmente sette italiani su dieci utilizzano internet come mezzo principale per crearsi un'opinione su un *brand*, un prodotto, una persona. In un contesto simile quello che viene detto o scritto in Rete diventa fondamentale», spiega Matteo Flora, 40 anni, fondatore di The Fool ed esperto di reputazione digitale.

«Anche se, alla fine, chiunque di noi è quello che dicono le prime due pagine di Google, perché nessun arriva a leggere mai la terza», aggiunge scherzando.

La sua azienda è appunto una digital reputation company. Esattamente di cosa vi occupate?

«Ci occupiamo di monitoraggio, analisi, moderazione, gestione e tutela legale della reputazione e degli *asset* digitali per vari tipi di clienti nazionali e internazionali».

Per chi ad esempio?

«Istituti di credito e assicurativi, aziende del settore food o dell'alta moda, automotive, ma anche personaggi come ceo del mondo della finanza e vip».

Come è nata l'idea di creare The Fool?

«Ho cominciato a lavorare occupandomi di sicurezza digitale, all'inizio collaborando con la Guardia di finanza come consulente tecnico d'ufficio, poi sono diventato quello di parte. Nel 2008 ho avuto l'idea di fondare The Fool, pensando che il mercato si sarebbe spostato sempre più sul web e si sarebbe passati dal monitorare quei pochi pazzi che erano online a un universo molto più composito».

Lungimirante...

«O fortunato. Probabilmente un mix di entrambe le cose».

Ma perché chiamare la sua società 'Il matto'?

«Come la carta dei tarocchi. Il Matto è la forza espansiva dell'universo, è quello che armato solo delle proprie esperienze cammina e plasma il mondo. L'ho trovato carino».

Ma voi siete tutt'altro che matti, siete una realtà in costante espansione...

«Sì, in azienda ora siamo in 35, abbiamo un fatturato di 3 milioni di euro, margini che ci rendono estremamente contenti, ma soprattutto l'attuale valutazione della società è di 10 milioni di euro».

Una bella realtà, ma come si fa a diventare un esperto di

web reputation?

«Io non sono laureato, anche se adesso siedo in cattedra in alcune università. Ho iniziato dall'informatica, ma in questo momento la figura di chi gestisce la reputazione digitale è un *potpourri* formato da un minimo di nozioni legali, tanta competenza tecnica, tanta conoscenza di comunicazione e altrettanta di psicologia cognitiva. Un po' gli stessi meccanismi utilizzati per la gestione dell'influenza. Conosco esperti che arrivano da ognuno di questi campi: ex psicologi che si sono specializzati in tecnologie della Rete, avvocati che hanno appreso i processi della comunicazione, tecnici che hanno imparato la legge».

Ma questo settore offre reali opportunità di lavoro?

«Certo, forse sono più legate alla parte tecnica che a quella di comunicazione. Ma, come dicevo prima, per gestire la reputazione sul web occorre avere *cross-competenza*».

Che tipo di ricadute ha un buon esperto di web reputation su un cliente?

«Il nostro è diventato un lavoro molto importante. La reputazione digitale è un *intangible asset* che, secondo il *World economic forum*, impatta per almeno il 25% sulla valutazione totale di un *brand*. Così se una volta ci relazionavamo esclusivamente con l'ufficio legale adesso il nostro interlocutore è diventato il cda e le no-



stre indicazioni vengono riutilizzate a livello strategico».

Il popolo di Internet è sempre in espansione, consiglierebbe a un giovane di entrare in questo campo?

«Sempre più spesso gli utenti useranno la Rete per formarsi un'opinione. Capire come ciò avviene e conoscere i meccanismi per fornire i contenuti migliori in tale tipo di processo evita di farci restare in balia del caso. Anche perché, alla fine, la reputazione online o ce l'hai o te la fanno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Una società da 10 milioni

The Fool, fondata da Matteo Flora, ha oggi un valore di 10 milioni di euro. In azienda i dipendenti sono 35 e il fatturato è di circa 3 milioni

Asset prezioso ma intangibile

La reputazione digitale è un 'intangibile asset': secondo il World economic forum impatta per il 25% sulla valutazione del brand. I cda oggi impostano la strategia di questo aspetto



THE FOOL: 'IL MATTO' ALLA GUIDA

In alto Matteo Flora, 40 anni, fondatore di The Fool ed esperto di reputazione digitale

L'intervista Alessandra Ghisleri

«Si va in rete più che per avere notizie per cercare conferme alle proprie idee»



PARLA LA DIRETTRICE DI EUROMEDIA RESEARCH: SOPRATTUTTO IN MATERIA DI SALUTE APPROCCIO PERICOLOSO

INTERNET OFFRE UN ACCESSO DEMOCRATICO ALL'INFORMAZIONE MA BISOGNA AVERE I FILTRI NECESSARI A DECODIFICARE

«Il vero problema del rapporto fra gli italiani e i social è che il 90% circa continua a cercare sulla rete la verità che vuole leggere. Troppo spesso i social vengono utilizzati per autoalimentare proprie convinzioni, il proprio credo. E questo meccanismo contiene una dose di pericolo paradossalmente non tanto o non solo sul piano di settori strategici, come quello dell'informazione e delle scelte democratiche, ma innanzitutto in comparti vitali come la salute e l'alimentazione». Non la manda a dire Alessandra Ghisleri, direttrice della società di ricerche Euromedia Research.

Dottoressa Ghisleri cosa vuol dire esattamente?

«Per lavoro abbiamo avuto a che fare con aziende farmaceutiche che ci hanno fatto testare l'uso effettivo di chi comprava i loro prodotti via internet. Ci siamo resi

conto che praticamente nessuno ammette la possibilità di usare male le informazioni che pure riceve. E' così si finisce per comprare o mangiare qualcosa per ottenere risultati miracolosi ma non capisce che così ci si fa male».

E perché?

«In molte persone scattano meccanismi atavici presenti nella psicologia umana ben prima dell'avvento dei social ma che con i social si moltiplicano: vuoi credere che quello che compri ti faccia bene o faccia al caso tuo. In campo medico questo può essere pericoloso perché senza il filtro di un medico o di un biologo o di un nutrizionista - i casi sono infiniti - puoi farti veramente male perché non conosci le controindicazioni».

C'è anche il tema dell'emulazione?

«Che resta forte. Specialmente fra gli adolescenti che sono lestissimi nello scegliersi come modello l'attrice o lo sportivo di moda e che poi rischiano di adottare standard insostenibili. Bisogna che i genitori siano veloci nell'intuire se i figli emulano comportamenti sballati. E tuttavia...».

Le ultime rilevazioni, però, dicono che gli italiani usano i social ma cominciano a fidarsi di meno.

«Cominciamo a separare e gestire meglio i canali dai quali ci informiamo anche se restano dei problemi molto seri sul tappeto». **E cioè?**

«Prendiamo l'informazione. I social danno sostanzialmente un'informazione di base ma se poi vuoi approfondire davvero un argomento, capirlo, arricchire le tue conoscenze restano fondamentali gli articoli dei giornali

e i libri. Ma anche questo non scioglie il nodo di fondo: chi assicura ad un singolo individuo come stanno veramente le cose? E questa molla fa ripartire il circolo vizioso di un possibile uso distorto dei social».

Lei si riferisce alle fake news?

«Le fake news ci sono sempre state. Il punto è che sui social molti cercano la conferma a verità o presunte verità che ognuno si è già fatto nella propria testa».

Con effetti devastanti.

«Appunto. Bisogna tornare a filtrare a tutti i livelli. E tuttavia...»

Tuttavia?

«Non possiamo non dire che internet offre un accesso democratico alle informazioni più svariate. Il tema è avere i filtri per decodificare il bene che si riceve. Resto sempre molto colpita nelle nostre ricerche da come le diverse competenze e le diverse condizioni di vita formino filtri molto diversi: uno stesso prodotto può essere vissuto in modo molto diverso se vivi al Nord o al Sud, se hai figli o meno, se conosci le lingue o no, se sei stato all'estero o no».

Quanto incide l'uso sbagliato o superficiale dei social nella formazione dell'opinione pubblica e del dibattito politico?

«Diciamo che internet rappresenta una modalità di approccio alla realtà diversa da quelle del passato. I giornali offrono una lettura che, senza che essi lo vogliano, coincide con altri approcci e quindi vengono vissuti da una parte di opinione pubblica come facenti parte del mondo precedente. Il punto vero, inestricabile, è che al di là dei canali di informazione che ognuno di noi predilige chi lo sa come stanno davvero le cose?».

Diodato Pirone

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alessandra Ghisleri



Gli italiani e il web

«Social non credibili» l'87% non si fida più

L'82% non sa distinguere una bufala
ma solo il 42% teme le manipolazioni

Arnaldi a pag. 8

L'informazione

Gli italiani e il web



Per l'87,24% degli italiani i social network non offrono più opportunità di apprendere notizie credibili

È connesso quotidianamente minimo 4 ore al giorno

42,37%



Non sa riconoscere facilmente le fake news

87,24%

Generazione Z si connette 4 ore al giorno o più

73,85

Non è in grado di riconoscere un sito web di bufale

78,29%

Per gli italiani

Le fake news non indeboliscono la democrazia

77,30

Non è in grado di identificare la pagina Facebook di un sito di bufale

78,75%

Il sistema d'informazione tradizionale non è superato

75,79

Non distingue un fake su Twitter

82,83%

L'informazione che circola in rete è professionale, quindi è attendibile

87,76



Solo per il 37,11% gli apparati dell'informazione tradizionale tendono a manipolare le notizie

Fonte: Ricerca Università Suor Orsola Benincasa

camminati

«Social non credibili» l'87% non si fida più

►Una serie di studi rivela il caos ►L'82% non sa distinguere una bufala nel rapporto tra italiani e web ma solo il 42% teme le manipolazioni

IL 100% DEI PARLAMENTARI PD VORREBBE UNA REGOLAMENTAZIONE DELLA RETE, SI SCENDE AL 42% PER LEGA E M5S

UNA RICERCA TRA EURODEPUTATI E STAFF UE OVER 65 INDICA CHE FACEBOOK È RITENUTA LA TESTATA PIÙ INFLUENTE

IL FOCUS

ROMA Lette, commentante, condivise. Credute. O forse no, comunque diffuse. La confusione, è proprio il caso di dirlo, corre sul web. Tra notizie vere e "bufa-

le", informazione e disinformazione corrono in rete, soprattutto sui social network. Gli italiani ormai lo sanno bene. È l'87,24% a pensare che web e social media non offrono più opportunità di apprendere notizie credibili. Il problema c'è dunque e si vede. Anzi, no. L'87,76% ritiene professionale l'informazione che circola in rete, quindi attendibile. Il 78,29% non sa riconoscere facilmente le fake news. E le percentuali salgono quando dalla singola notizia si passa a un "sistema" di notizie. Il 78,75% non è in grado di riconoscere un sito web di bufale. L'82,83% non sa identificare la pagina Facebook di un sito di bufale. Il 70,28% non sa distinguere un fake su Twitter.

A registrare questa vera e propria giungla che sono le modalità italiane di "lettura" e percezione delle notizie on line è il rapporto «Infosfera» sull'universo

mediatico del Paese realizzato dal gruppo di ricerca sui mezzi di comunicazione di massa dell'Università Suor Orsola Benincasa guidato da Umberto Costantini ed Eugenio Iorio. Gli esiti della ricerca, realizzata con Centro Studi Democrazie Digitali, Associazione Italiana della Comunicazione pubblica e istituzionale, Fondazione Italiani e Studio Saavedra, su un campione superiore ai 1.500 cittadini italiani, sono allarmanti.

RETE MANIPOLABILE



Per il 93,22% degli italiani le fake news hanno impatto nella vita delle persone. Solo per il 42,17% però sono la prova che la rete è manipolabile. E nonostante i "dubbi" di molti sull'attendibilità delle notizie on line, gli italiani manifestano una vera e propria dipendenza dal web. Il 42,37% dei connazionali è connesso quotidianamente minimo 4 ore al giorno. E, se l'età di riferimento si abbassa, si alza il numero di ore: il 73,85% della generazione Z si connette 4 ore al giorno o più. Inoltre, il 25,26% degli italiani controlla costantemente i social. «È innegabile che si tratti di dati inquietanti - dice Iorio - perché in una infosfera così configurata i cittadini/utenti, sprovvisti dei più elementari strumenti di analisi e di critica della realtà e privi di qualsiasi strumento di difesa, tendono ad avere una visione distorta della realtà, una visione sempre più prossima a quella desiderata dai manipolatori delle loro capacità cognitive». Tanta "attenzione" al web, infatti, ha conseguenza dirette sulla salute degli internauti - insonnia, 16,84%; dimenticanza, 9,93%; stati d'ansia, 8,68%, nonché dolori di stomaco e mal di testa, 8,36% - e pure sulle loro conoscenze e sulla capacità di valutare fatti e momento.

INFO E DEMOCRAZIA

Per il 96,61% il sistema di informazione non è la dimostrazione che la democrazia italiana è in salute e per il 98,75% non è la dimostrazione che la democrazia italiana è debole. Inoltre, per il 77,30% le fake news non indeboliscono la democrazia. Democrazia e informazione dunque non vengono messi in relazione. E così le bufale corrono sul web, diventando spesso virali, specie quando sono "politiche". Laura Boldrini avrebbe accusato gli italiani di essere «capaci solo di la-

mentarsi». Matteo Renzi avrebbe detto che i migranti sono migliori. Cécile Kyenge di voler trasformare tutte le chiese cristiane in moschee. E così via, di nome in nome, di argomento caldo in argomento caldo. Tutte bufale certificate dai "cacciatori" di fake news, come David Puente, ma comunque diffuse in rete. E non di rado si tratta di strategie mirate per screditare personaggi, accendere gli animi, manipolare l'opinione pubblica.

L'uso di app social e di messaggistica è quasi unanime anche tra i politici italiani per consultare e condividere notizie, secondo quanto emerge da un'altra ricerca, "Informazione e social media secondo i policymaker", di Quorum/YouTrend e Cattaneo Zanetto & Co, condotta su 94 tra deputati e senatori di tutti i gruppi politici. Gli eletti Pd e FI preferiscono Twitter; Lega e M5S Facebook e, per la messaggistica, Telegram. Il problema delle fake news però non è trascurato. Il 100% degli intervistati Pd chiede a editori e giornalisti di darsi da fare sul tema. Il 92% lo domanda anche ai grandi player tecnologici, come Facebook e Google. Il 70% estende la richiesta a governo e Parlamento. Solo il 42% degli eletti di Lega e M5S ritiene che sarebbe necessario un intervento politico o regolatorio. Il 96% degli intervistati Pd crede che le bufale favoriscano tendenze populiste. La percentuale sale al 98% per FI. Precipita al 4% con M5S e Lega.

Il fenomeno non è soltanto italiano. Una ricerca di ComRes/Burson-Marsteller, su europarlamentari, membri di staff di istituzioni europee e opinion-formers, rivela che Twitter è il prediletto da chi si muove nella politica in Europa. E gli over 65 considerano Facebook più influente di testate come New York Times e Wall Street Journal.

Valeria Araldi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Il 95%
degli
italiani
naviga
sul web
ogni
giorno**



Misure anti-giochi, nei divieti entrano le insegne delle sale

DECRETO LAVORO

**Senza deroghe, anche loro
sono «pubblicità»
Multe da 50mila euro**

Pasquale Mirto

Nelle misure introdotte dall'articolo 9 del Dl 87/2018 per il contrasto alla ludopatia si pongono una serie di divieti di pubblicità per giochi e scommesse. Alcune di queste misure riguardano anche l'imposta di pubblicità, ma la concreta applicazione delle nuove disposizioni non appare agevole; anzi le nuove regole sembrano completamente scoordinate rispetto alla normativa che disciplina il tributo comunale.

In particolare il comma 1 prevede, tra l'altro, il divieto di qualsiasi forma di pubblicità, comprese le affissioni.

Dal 14 luglio quindi è vietata qualsiasi affissione pubblicitaria, anche se c'è da ritenere che quelle già in essere a quella data non debbano essere rimosse. Perché il comma 5 prevede che per i contratti di pubblicità in corso di esecuzione alla data di entrata in vigore del decreto rimane ferma la normativa previgente, anche se a ben vedere il diritto sulle pubbliche affissioni ha in parte natura tributaria e in parte natura di corrispettivo del servizio di affissione.

Più complicata è invece la questione delle insegne di esercizio. Anche queste sono dei mezzi pubblicitari e in quanto tali, in assenza di espressa deroga normativa, dovrebbero soggiacere al divieto. Qui non esiste alcun contratto, trattandosi di entrata di natura tributaria, anche se l'imposta è dovuta solo

per le insegne che superano i cinque metri.

Un'applicazione letterale del decreto legge porterebbe a ritenere che tutte queste tipologie di insegne, comprese le vetrofanie che normalmente sono poste sulle vetrine d'ingresso, devono essere rimosse dal 14 luglio, vista anche l'assenza di qualsiasi periodo transitorio. Il che appare complicato.

Come eccessiva appare la sanzione in caso di mancata rimozione, perché il comma 2 dell'articolo 9 non distingue tra i divieti posti dal primo comma, le cui violazioni sono tutte indistintamente soggette a una sanzione «in ogni caso non inferiore, per ogni violazione, a 50mila euro».

Peraltro non spetta neanche al Comune accertare la violazione, perché è previsto che il soggetto competente alla contestazione e all'irrogazione delle sanzioni è l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

La stessa sanzione di 50mila euro si applica anche alle affissioni comunque effettuate, comprese quindi quelle abusive.

È evidente che la disposizione dovrà essere meglio esplicitata in sede di conversione in legge. Da un lato pare difficile vietare la collocazione di insegne di esercizio, le quali al massimo potrebbero soggiacere ad un vincolo dimensionale massimo; dall'altro lato, la sanzione minima di 50mila euro appare eccessiva rispetto ad alcune tipologie di violazioni, come può essere un affissione abusiva di un manifesto.

Anche la contestazione della violazione dovrebbe essere meglio regolata, perché risulta difficile immaginare che l'Autorità per le comunicazioni possa sanzionare, ad esempio, le affissioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'intervista Cdp, Rai, Servizi e taglio delle tasse: parla il vicepremier e ministro dell'Interno

«Bruxelles riveda le regole»

Salvini avverte l'Europa. Tria: il programma? Sì, ma nei limiti del bilancio

di **Marco Galluzzo**

«Il taglio delle tasse? Nella prossima manovra. Ma Bruxelles riveda le regole»: il vicepremier Matteo Salvini in un'intervista al *Corriere* sotto-

linea anche che «i Servizi avrebbero dovuto rimettere il mandato una volta nominato il nuovo governo». E sulle nomine Rai: «Incontrerò personalmente tutti i candidati ai vertici. Conosco tantissime

persone di spessore che sono state accantonate per motivi incredibili o per antipatie politiche». Difende le scelte sui migranti: «Meno partenze significa meno morti: la politica è passione ma anche numeri». a pagina 7

L'INTERVISTA IL MINISTRO DELL'INTERNO

«Nella prossima manovra il taglio delle tasse

Andremo oltre i numeri Ue»

Salvini: i capi dei Servizi? Giusto rimettere il mandato col nuovo governo

Chi è

● **Matteo Salvini**, 45 anni, è vicepremier e ministro dell'Interno. Alle ultime Politiche è stato eletto senatore

● È segretario della Lega dal dicembre 2013. In questi anni, Salvini ha trasformato il partito, facendolo passare da una connotazione fortemente settentrionale a una nazionale-sovrana

● Il Carroccio è passato dal 4,1% delle Politiche 2013 al 17,6% delle ultime elezioni di marzo. Gli ultimi sondaggi accreditano la Lega intorno al 30%

● Salvini nei suoi primi 50 giorni da ministro è stato protagonista di dure prese di posizione sui migranti, ribadendo la necessità di una svolta europea nella gestione della crisi migratoria

● Salvini si è anche espresso in favore di una revisione della legittima difesa, uno dei cavalli di battaglia della Lega

Le nomine

Incontrerò personalmente tutti i candidati ai vertici di viale Mazzini

di **Marco Galluzzo**

ROMA «La Rai? Incontrerò personalmente tutti i candidati ai vertici».

«Usare le risorse di Cdp per le politiche di governo? Ragioneremo con tutti i nuovi nominati, ma certamente si deve cambiare». Parola del vicepremier Matteo Salvini.

Secondo le opposizioni lottizzate le società pubbliche.

«È ridicolo stiamo solo cer-

cando di scegliere le persone migliori».

La Cdp deve partecipare alle politiche economiche del governo?

«Noi abbiamo chiesto i voti per cambiare quello che non si è fatto negli anni, penso a un'Italia più efficiente. E dunque penso all'Inps, alla stessa Rai».

Cosa deve cambiare nella tv pubblica?

«Nel mondo ideale deve fare un'informazione più equilibrata, non so se riusciremo, ma negli ultimi anni nei Tg ho visto delle cose che non mi sono piaciute. Per fortuna gli italiani sono più intelligenti di quanto si pensi e non si sono

fatti influenzare più di tanto. Poi è opportuno valorizzare maggiormente centri di produzione e sedi regionali».

In poche settimane il ministro dell'Economia è già diventato un antagonista?

«Nemmeno per sogno, solo per i giornali».

Lo scontro sulla Cdp non è



stata un'invenzione.

«Incomprensioni, al massimo, e non in mia presenza».

È vero che non siete contenti della fusione fra Fs ed Anas e tornerete indietro?

«È vero che stiamo cercando di ragionare sulle scelte affrettate del governo Gentiloni, sia su questo dossier come su nomine e rinnovi fatte dopo il voto. Per quanto riguarda Fs e Anas credo che chi fa i treni deve fare i treni e chi si occupa di strade deve fare le strade, però ne parleremo».

Per nomine e rinnovi allude anche alla proroga dei vertici dei Servizi?

«Penso a tutto. Detto questo non è mai buona prassi occuparsi di nomine, come ha fatto Gentiloni, dopo che gli elettori si sono espressi. Educazione vorrebbe che i vertici di ogni autorità governativa si mettano a disposizione del nuovo governo».

E le nomine Rai?

«Ci sono alcuni curriculum, ma voglio incontrare le persone. Parleremo della governance con chi dovrà attuarla. Di sicuro conosco tantissime persone di spessore che sono state accantonate per motivi incredibili o per antipatie politiche».

Riforma fiscale, dove troverete i soldi? Tria dice che va fatta compatibilmente con i vincoli di finanza pubblica, il che equivale a non farla.

«Ci hanno eletto per cam-

biare, se gli italiani avessero voluto proseguire sulla linea di Monti, Letta, Padoan, Renzi e Gentiloni avrebbero votato in modo diverso. Cercheremo di cambiare anche alcuni numeri scelti a tavolino a Bruxelles, che molti paesi Ue ignorano bellamente».

A chi pensa?

«Francia, Spagna, Germania. Noi metteremo al centro la crescita e la pace fiscale, che ti porta soldi e non li porta via, e ti consente di avviare la flat tax. E poi la riforma delle pensioni per aprire il mercato ai giovani, che va fatta a prescindere dai numeri di Bruxelles. Conto di avere entro la fine di agosto i risultati dei gruppi di lavoro che abbiamo istituito, compreso ovviamente anche il capitolo sul reddito di cittadinanza. Di sicuro la manovra di autunno sarà diversa rispetto a quella degli ultimi anni, e daremo le prime e significative risposte sulla riduzione delle tasse».

Il Papa ha detto che occorre umanità con i migranti, si sente chiamato in causa?

«No, perché meno partenze significa meno morti: la politica è passione ma anche numeri. Dal 2014 al 2016 sono stati più di 15 mila i morti nel Mediterraneo, mentre quest'anno, ad oggi, sono 1100. Vuol dire che meno persone partono meno persone rischiano di morire, l'appello del Papa lo

coniugo con azioni concrete e spendendo soldi veri in Africa: il Trust Fund è poco ed è arrivato in ritardo, ma la via è quella».

Per lei è la prima volta al governo, come ha trovato la macchina dello Stato?

«Al ministero dell'Interno assolutamente efficiente, poi ognuno dà la sua impronta. Abbiamo un comparto della sicurezza di primordine. Ho trovato dossier con decine di milioni di euro per accogliere nuove migrazioni, un bel po' li abbiamo riconvertiti a sicurezza e rimpatri. Ho chiesto di rivedere tutti i contratti dei centri immigrati e oggi incontro anche Cantone».

Secondo una fetta del suo elettorato la stretta sui contratti a termine è un danno per le imprese.

«È un testo che ha tanti punti sacrosanti e in Parlamento potrà migliorare. Una follia introdotta da Gentiloni che mette a rischio migliaia di posti di lavoro è la tassa sulle sigarette elettroniche, cercheremo di toglierla. Si cambia anche sulla legittima difesa, finalmente il Senato inizia a discuterne».

L'Iva rischia di chiudere?

«Credo che nessuno lo possa pensare realmente, è una potenza industriale. Condivido le parole di Di Maio che ci dovesse essere maggiore attenzione nella gara, ma l'obiettivo è che si continui a produrre».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dice di loro

Con Tria al massimo ci sono state incomprensioni e non in mia presenza



L'Iva? Come dice Di Maio ci doveva essere più attenzione nella gara



L'appello del Papa sui migranti lo coniugo con azioni concrete in Africa



Nell'ex proprietà mafiosa Matteo Salvini prepara un video da pubblicare sui social network mentre visita un terreno sequestrato alla mafia nel Senese (*Imagoeconomica*)



IL PUNTO ALITALIA, RAI CASSA DEPOSITI: I SEGNALI STONATI

di **Daniela Manca**

Non sono giorni da ricordare questi per le società pubbliche. Si sta procedendo al rinnovo dei consigli di amministrazione e dei vertici di aziende come la Rai e di colossi come la Cassa depositi e prestiti. Fortunatamente un ministro come Giovanni Tria caparbiamente tenta di tenere il punto almeno sulla preparazione ed esperienza dei vari candidati alla gestione. Su aziende come la Rai ci sarebbe tanto da discutere sul suo futuro e sulla sua azione: il fatto di essere servizio pubblico, il ruolo nel fare informazione. Esemplare in questo senso l'inchiesta di Milena Gabanelli, pubblicata dal «Corriere della Sera» lo scorso 16 luglio. Per non parlare della sfida posta da nuovi modelli di business come quello lanciato da Netflix. Una buona governance vorrebbe che si procedesse alla nomina di consiglieri sulla base di una strategia. Ma c'è una strategia per le aziende pubbliche? Il timore è che l'unica sia quella del

«controllo». Come per l'Alitalia. Non è importante che cosa e chi possa garantire il futuro a un'azienda che, ormai è persino stucchevole ripetere, di risorse pubbliche ne ha dilapidate parecchie. Quanti tentativi di rilancio siano stati messi in atto. Quello che appare importante, come si è sentito dire in questi giorni, è che il 51% rimanga in mani pubbliche. Parlare di governo societario in questi casi appare privo di senso. I vertici che si apprestano a prendere il controllo per conto terzi (che poi dovremmo essere noi cittadini) avranno una minima idea di come garantire la sostenibilità di queste aziende? Sostenibilità economica innanzitutto e sostenibilità per il Paese e la collettività in senso più ampio? Saranno in grado di proporre dei piani industriali e se sì con quali orizzonti temporali? Quali gli obiettivi e attraverso quali passi? Troppe domande per i partiti, alcuni di essi anche nuovi, la cui logica appare quella di sempre, basata su due principi: spartizione e controllo. Con l'unico argine in via XX Settembre.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Amazon takes its battle with Google to the TV screen

- ◆ Ecommerce group ends phone fight
- ◆ Bid to build on lead in smart devices

Amazon would rather license its software to other companies to give it wider reach

RICHARD WATERS AND
TIM BRADSHAW — SAN FRANCISCO
MEHREEN KHAN — BRUSSELS

Amazon has abandoned its fight with Google over smartphones, shifting the battleground to new devices such as smart TVs and speakers, despite a push by European regulators to bring more competition to the handset market.

Brussels last week pointed to Amazon as a potential rival to Google on smartphones, as it slapped a €4.3bn fine on the search giant over its Android mobile software. Google's tactics had blocked a number of big hardware makers in the past from selling devices carrying Amazon's Fire operating system, according to EU regulators.

However, Amazon dropped a bid to bring its Fire operating system to more handsets several years ago and has no plans to return, according to people familiar with the company's plans.

The attempt to license out its software in competition to Google involved tablets rather than smartphones, according to two people familiar with the effort. Amazon was trying to promote a class of ultra low-cost tablets as entertainment devices, for video and games, while also acting as a storefront for its services.

The fading prospect for competition on Android phones has prompted warnings that Google will try to use in other markets the same tactics that enabled it to achieve a strong position in handsets.

The search group, owner of YouTube, is already trying to shut out competitors in smart TVs, said Thomas Vinje, a law-

yer who represents FairSearch, the organisation of Google competitors that led the Android complaint in Brussels.

Google's grip on digital advertising on desktop and phones has left media groups worried it will find a way to extend its dominance to the TV, forcing out rival systems like WebOS and Samsung's Tizen, and services like Roku.

Google and Amazon are selling competing gadgets that connect users' TVs to the internet — the former's Chromecast devices and the latter's Fire TV.

Amazon typically uses its own hardware to open markets — such as the Kindle ebook and Echo smart speaker — though its Fire smartphones failed.

After proving there is demand for a new device, it would rather license its software to other companies to give it wider reach, as it has done with the Alexa voice service behind the Echo, said a person familiar with its thinking.

There is little incentive for Amazon to make a new bid to take on Android, said Carolina Milanesi, at Creative Strategies. The dominance of Google's search engine and Play store means that any handset would still have to act as a showcase for Google services, reducing the incentives for Amazon, she said.

Google's long-running efforts to gain a strong foothold on TVs have yet to bear fruit. Its search engine and app store have turned out to be of little use in the living room, said Ms Milanesi. "We go to the TV to watch content," she said.

The dominance of Google search has not given it an edge on smart speakers, where the ecommerce group has cemented its early lead by licensing Alexa service to many other hardware makers.

Amazon porta la sua battaglia contro Google sullo schermo Tv



L'opérateur télécoms suédois Telia se lance dans la télé et le streaming

TÉLÉCOMS

L'annonce du rachat de Bonnier Broadcasting fait des vagues en Suède.

Antoine Jacob

🐦@jacob_nordic

—Correspondant en Europe du Nord

Le marché nordique des télécoms est en ébullition. Le plus grand opérateur de la région, le suédois Telia, a frappé un grand coup en annonçant le rachat de la principale chaîne de télévision privée suédoise, TV4. C'est comme si, en France, Orange rachetait TFL.

Outre TV4, qui compte parmi les chaînes de télévision les plus regardées du royaume avec celles du groupe public SVT, Bonnier Broadcasting détient notamment les services de streaming payants de Canal+ en Scandinavie, avant d'être vendus et rebaptisés en 2003), ainsi que la chaîne finlandaise MTV.

L'opération, pour laquelle Telia met 9,2 milliards de couronnes suédoises sur la table, soit 885 millions d'euros, lui permet d'étoffer considérablement ses offres de contenus, qu'il avait commencé à proposer depuis sa décision, en 2014, d'investir davantage dans cette direction. Une stratégie qui l'avait poussé, par exemple, à racheter les droits exclusifs pour la transmission du championnat finlandais de hockey-sur-glace.

Obstacle politique

Cette nouvelle opération, que Telia espère pouvoir boucler au second semestre 2019, n'est toutefois pas certaine d'aboutir. La Commission européenne devra donner son feu

vert quant au respect de la concurrence. Et un autre obstacle plus politique se profile à Stockholm. Telia a pour principal actionnaire l'Etat suédois, qui le détient à 37 %. La perspective de voir la grande chaîne privée, TV4, passer sous le contrôle d'un tel groupe suscite de vives réactions au sein de l'opposition. Qui plus est, à moins de deux mois des législatives suédoises.

Le gouvernement, dirigé par les sociaux-démocrates, en est bien conscient. Le ministre de l'Economie, Mikael Damberg, a fait part de son scepticisme quant à l'initiative de Telia, visiblement décidé sans le feu vert de l'actionnaire public.

Le ministre n'a pas pour autant envisagé la vente des parts de l'Etat dans Telia, réclamée à droite si l'affaire venait à se concrétiser. Laquelle droite, lorsqu'elle était au pouvoir entre 2006 et 2014, avait renoncé à vendre, en raison de certaines activités stratégiques du groupe. L'opérateur, lui, s'est dit prêt à « garantir » une ligne éditoriale politiquement indépendante au sein des activités de Bonnier Broadcasting, dont le PDG actuel sera maintenu.

Convergence télécoms-médias

Dans l'espoir d'assurer ses positions nordiques depuis son retrait d'Asie centrale et de concurrencer Netflix, Telia s'est déjà offert, le 17 juillet, les activités norvégiennes du danois TDC (qui incluent GET, fournisseur de télé câblée et de services vidéo haut débit) pour 2,2 milliards d'euros, au grand dam du champion national Telenor, sommé de réagir. Quant au suédois Tele2, un de leurs principaux rivaux régionaux, il a acheté l'opérateur de télé câblée Com Hem. Petit à petit, le paysage des télécoms et des médias se redessine dans les pays nordiques. ■

885

MILLIONS D'EUROS

Soit 9,2 milliards de couronnes suédoises. C'est la somme que Telia met sur la table pour le rachat de Bonnier Broadcasting.

L'operatore svedese di telecomunicazioni Telia si lancia nella tv e nello streaming



Shining a light on power in Silicon Valley

Oligopoly is showing itself to be the economic and political challenge of our time

BUSINESS

Rana Foroohar



The fines keep getting bigger, and so do the companies. Last week's whopping €4.3bn antitrust penalty by the EU against Google for abusing its power in the mobile phone market was nearly double what it was charged last year for favouring search results from its shopping service over competitors.

In both cases, the core issue was the way in which Google uses the power of its enormous ecosystem — it has about 90 per cent of key EU search markets and its Android software is used in more than 80 per cent of the world's smartphones — to winnow out competitors.

It is appealing the latest decision, and will make technical arguments, with varying degrees of merit, about why it is not a monopoly. But the case also shines an uncomfortable light on the concentration of power in a handful of companies. The oligopoly that has resulted is the economic and political challenge of our time.

Research published in the past few years shows that concentration and profit rates have increased across most US industries since the 1990s. Jason Furman, the former head of the Council of Economic Advisors, suggested that this phenomenon hints at barriers to entry in some markets.

Academic David Autor has linked the same consolidation to a decrease in labour's share of the US economy. There is also evidence that a small group of "superstar" companies are pulling way ahead of others, not only in terms of

profits but also productivity.

In a paper released last month, OECD economists linked the insufficient diffusion of new technologies to weak overall productivity growth. The biggest companies, particularly in the most digitally connected parts of the economy (tech, finance and media), are incredibly productive. Everyone else, not so much. The upshot is that economic growth as a whole has suffered.

Researchers are busy digging into the reasons for this centralisation of power. They suggest that the shift from a "tangible" economy, based on physical goods, to one based more on intangibles — namely intellectual property, ideas, and data — has sped up the trend towards concentration.

Facebook, Apple, Amazon, Netflix and Google — known collectively as the Faangs — are case studies in how the network effect supports dominant players and allows them to ringfence users and their data. Google's claim that "competition is only a click away" rings hollow — if for some reason the site went down, we would all be more likely to take a coffee break and wait for it to come back online than seek out a competitor.

Another reason for the concentration of corporate power is political capture. Americans invented modern antitrust policy, and love to rail against "statist" old Europe. But a fascinating study by academics Germán Gutiérrez and Thomas Philippon shows that EU markets are, in fact, more competitive. They have lower levels of concentration, lower excess profits, and lower regulatory barriers to entry.

The study points to a huge rise in US political lobbying as the key reason that levels of concentration between the two regions have diverged since the 1990s. "European institutions are more independent than their American counterparts, and they enforce pro-competition policies more strongly than any individual country ever did," it says.

It serves as a sharp counterpoint to the argument often used in Silicon Valley that Europeans do not have an internet giant because they simply are not innovative. US tech groups have been

using that tired old line in Brussels for years, apparently forgetting that it was a British computer scientist, Tim Berners-Lee, who invented the worldwide web while working at Cern, the European physics research laboratory.

Google has lobbied hard in recent months against a proposed change to copyright law in Brussels, and put in eleventh hour emergency calls in advance of the Android ruling.

It is to the great credit of EU competition commissioner Margrethe Vestager that she has not been cowed by such efforts. It will be interesting to see whether American regulators follow her lead.

Joseph Simons, the chairman of the Federal Trade Commission, has pledged "vigorous" antitrust enforcement, including hearings later this year on competition and consumer protection. They would be the first broad policy hearings on the topic since 1995. A Republican lawmaker recently called on the FTC or the Department of Justice to reopen a 2013 case on how Google handles search results — Democrats have been calling for the same for some time.

Makan Delrahim, the DoJ head of antitrust, recently told the Financial Times that he believes "data is an important asset". While he is not opposed in principle to Big Tech's business models or deal making, he is concerned about abuse of a dominant position. One of his touchstones for anti-competitive behaviour is the late 1990s US v Microsoft case, in which the company was found guilty of using its operating system monopoly to stifle competitors like Netscape a rival browser and software markets.

Many critics see echoes of that behaviour in Google today. Regulators on both sides of the Atlantic need to grapple with it.

rana.foroohar@ft.com

Puntare i riflettori sul potere nella Silicon Valley

