

Rassegna del 24/05/2018

Sole 24 Ore	31	Decreto privacy, ok del Garante - Via libera del Garante al decreto	<i>Cherchi Antonello</i>	1
Italia Oggi	27	La nuova privacy parte zoppa - Privacy al via a mezzo servizio	<i>Ciccia Antonio</i>	2
Italia Oggi	20	Privacy, scontro editori-Google	<i>Galli Giovanni</i>	3
Sole 24 Ore - Focus	2	Domani il via alle nuove regole Ue - Pronti per la privacy? - Nuovi diritti e obblighi targati Ue	<i>Cherchi Antonello</i>	5
Sole 24 Ore - Focus	4	Dispositivi mobili, il fronte più esposto	...	8
Sole 24 Ore - Focus	3	Il quadro normativo diventa più complesso	<i>Finocchiaro Giusella</i>	9
Sole 24 Ore - Focus	4	Facebook e gli altri social aggiornano le strategie	<i>Marrafino Marisa</i>	10
Italia Oggi	21	Pubblicità online, l'Ue raddoppia	<i>Secchi Andrea</i>	11
Stampa	21	Giglio Group in Cina lancia gli acquisti diretti dalla tv usando un clic	<i>Grassia Luigi</i>	13
Italia Oggi	17	Giglio Group, in Cina lo shopping si fa dalla tv	<i>Greguoli Venini Irene</i>	14
Corriere della Sera Roma	4	Negozi in crisi per e-commerce e abusivismo «È tutto low cost»	<i>Florentino Flavia</i>	15
Giornale	17	Polizia e software-spia Amazon nella bufera	...	17
Italia Oggi	20	Politico.com debutta in Asia con Jack Ma	<i>Capisani Marco_A.</i>	18
Sole 24 Ore	37	Brevi Dalla Finanza - Walmart. Softbank pronta a uscire da Flipkart	...	19
Sole 24 Ore	35	Chery: «La mia St punta ancora su auto e Industria 4.0»	<i>Soldavini Pierangelo</i>	20
Sole 24 Ore	18	I manager alle prese con la sfida digitale - I manager alle prese con la grande sfida del lavoro digitale	<i>Casadei Cristina</i>	21
Sole 24 Ore	2	Infrastrutture, subito un grande piano	<i>Bartoloni Marzio</i>	22
Sole 24 Ore	35	Parte la corsa al 5G: l'Agcom pubblica il regolamento di gara - Parte la corsa al 5G italiano: ecco il regolamento Agcom	<i>Biondi Andrea - Fotina Carmine</i>	24
Tempo	15	Tim Accelera sulla rete 5G nello Stato di San Marino	...	26
Sole 24 Ore	35	Parterre - Niel riorganizza la quota nella «catena» di Iliad	<i>R.Fi.</i>	27
Sole 24 Ore	35	Zte stima perdite a 3,1 miliardi \$ per i dazi Usa	...	28

TUTELA DATI PERSONALI**Decreto privacy,
ok del Garante**

Antonello Cherchi ▶ pagina 31

Privacy. Nel parere diversi rilievi: sulle sanzioni penali va previsto oltre al profitto anche il danno

Via libera del Garante al decreto

Intanto il Parlamento ha aggiornato l'esame del provvedimento

MINORI

Per iscriversi a un social ci vogliono 16 anni ma a 14 si può dare il consenso per l'adozione: per l'Autorità è incoerente

Antonello Cherchi

ROMA

■ Via libera, seppure con diverse osservazioni, da parte del Garante della privacy al decreto che coordina il nuovo sistema della tutela dei dati, operativo da domani, con la legislazione nazionale sulla riservatezza. L'Autorità guidata da Antonello Soro, che è stato anche relatore del parere sul decreto, ha in questo modo compiuto il primo passo.

L'altro spetta al Parlamento, anch'esso chiamato a valutare il provvedimento: ieri la commissione speciale della Camera ne ha iniziato l'esame e quella del Senato lo ha proseguito. In entrambi i casi ci si è aggiornati alla prossima settimana. Solo quando ci sarà anche il parere del Parlamento, il decreto potrà tornare a Palazzo Chigi per il via libera definitivo, che a questo punto non potrà che arrivare dopo il 25 maggio. Dunque, domani il regolamento europeo farà a meno delle norme di coordinamento.

Norme sulle quali il Garante ha sollevato alcune obiezioni. A partire dalle tanto discusse san-

zioni penali, fatte rivivere nell'ultima versione del decreto (si veda anche Il Sole 24 Ore di ieri). L'invito del Garante al Governo che ha scritto il decreto in virtù di una delega - è di prevedere la sanzione penale non solo in presenza del dolo da profitto, ma anche di quello da danno. Modifica che consentirebbe, si legge nel parere, di assicurare continuità con il sistema attuale ed eviterebbe «gli effetti (anche sui processi in corso) dell'abolitio criminis», che potrebbe scattare nel caso si insistesse sull'attuale versione del decreto.

Un'altra segnalazione del Garante ha riguardato il tempo di conservazione dei dati di traffico telefonico e telematico, fissati in 72 mesi dalla legge 167 del 2017, tempistica confermata dal decreto. Si tratta di un termine che, secondo l'Autorità, determina «rilevanti criticità in ordine al rispetto del principio di proporzionalità tra esigenze investigative e limitazioni del diritto alla protezione dei dati dei cittadini», così come sancito dalla Corte di giustizia Ue. Il suggerimento è di eliminare la norma dei 72 mesi.

Tra le altre osservazioni contenute nel parere, c'è anche quella sui minori. Il regolamento ha previsto che i ragazzi possano, quando utilizzano internet, dare

il consenso all'uso dei propri dati personali (per esempio, quando scaricano una app) solo dopo i 16 anni. Prima devono intervenire i genitori. Ha, però, lasciato al legislatore nazionale la facoltà di abbassare quel limite. Il decreto lo ha, invece, confermato, ma così facendo - fa notare il Garante - «non appare coerente con altre disposizioni dell'ordinamento che individuano, invece, a 14 anni il limite di età consentito per esercitare determinate azioni giuridiche». A 14 anni si può, per esempio, prestare il proprio consenso a essere adottato, ma non per iscriversi a un social network: e questo, per il Garante, appare «incoerente».

Si segnala, infine, il rilievo circa i tempi assegnati all'Autorità per revisionare le attuali autorizzazioni generali: secondo il Garante sono «troppo esigui». Tutto dovrebbe avvenire entro 90 giorni dal momento in cui il decreto entrerà in vigore. La proposta è di allungare di quattro mesi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La nuova privacy parte zoppa

Da domani sarà in vigore la riforma. Ma il decreto legislativo attuativo del regolamento europeo non arriverà in tempo. Imprese costrette al fai-da-te

L'armonizzazione alla privacy europea può attendere. Slitta a dopo il 25 maggio l'esame del decreto di armonizzazione da parte delle commissioni speciali di Camera e Senato. La delega, in origine, sarebbe decaduta il 21 maggio 2018, ma per effetto di

ritardi accumulatosi è stata prorogata al 21 agosto 2018. L'effetto è che alcune disposizioni europee sono operative da domani, altre no. E le imprese sono obbligate al fai-da-te.

Ciccio Messina a pag. 27

Slitta l'esame del decreto di coordinamento. Per molti adempimenti tempo fino ad agosto

Privacy al via a mezzo servizio Ma partono subito data breach e responsabile dati

DI ANTONIO CICCIA
MESSINA

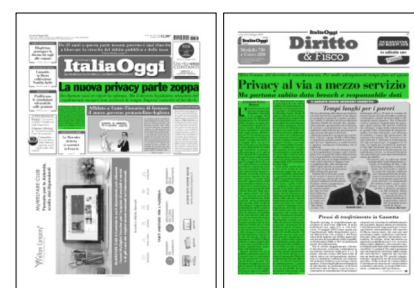
L'armonizzazione alla privacy europea può attendere. Scavalca il 25 maggio 2018 (data di inizio di efficacia del Regolamento Ue 2016/679), infatti, l'esame, da parte delle commissioni speciali di camera e senato, dello schema decreto legislativo (previsto dalla legge delega 163/2017, articolo 13) di coordinamento al Regolamento. La delega in origine sarebbe decaduta il 21 maggio 2018, ma per effetto di ritardi accumulatosi, ai sensi dell'articolo 31 della legge 234/2012, la delega è stata prorogata al 21 agosto 2018. Quindi l'iter parlamentare per il parere sullo schema di dlgs va avanti. Così entro oggi 24 maggio 2018 alle ore 13 è stato fissato il termine per indicare esperti da ascoltare, per proseguire l'istruttoria sullo schema di provvedimento, in senato; mentre la discussione è partita solo ieri alla camera. Il punto della mancata approvazione della armonizzazione italiana è stato discusso in commissione al senato e, pur consapevoli delle criticità derivanti dalla mancata approvazione del dlgs, è stato ritenuto prevalente un approfondimento delle questioni. Anche profittando della proroga della scadenza della delega. L'esigenza di approfondimento deriva anche e soprattutto da un cospicuo numero di richieste di modifica svolte dal Garante della privacy, che ha tempestivamente licenziato il suo parere. D'altra parte, gli operatori devono abituarsi al fatto che ci vorrà ancora tempo per la costruzio-

ne del nuovo sistema privacy a tinte europee e lo schema di decreto legislativo rappresenta solo un tassello, anche se importante. In effetti, il Regolamento europeo proprio per la sua natura giuridica deve trovare applicazione immediata nell'ordinamento.

Questo significa che sia la pubblica amministrazione sia il garante per la protezione dei dati personali sia l'autorità giudiziaria, quando sono chiamate ad applicare una regola in materia di trattamento dei dati, devono dal 25 maggio 2018 preoccuparsi di applicare direttamente le disposizioni del Regolamento europeo. In mancanza di una norma esplicita di coordinamento, di raccordo e di armonizzazione, il raccordo e il coordinamento dovranno essere trovati di volta in volta da chi si occupa dei singoli casi in un provvedimento amministrativo o in un provvedimento giurisdizionale. Va detto, comunque, che dei 99 articoli del Regolamento europeo, una gran parte è effettivamente auto-applicante. Gran parte del regolamento può comunque trovare applicazione, seppure richiede una maggiore analisi e una maggiore responsabilità interpretativa e applicativa in capo alle imprese ed enti pubblici. Possono partire, senza problemi, tra le altre, tutte le norme su informazioni, consenso, misure di sicurezza, data breach, responsabile della protezione dei dati (Dpo).

Certo anche occorre rilevare che avere norme di coordinamento approvate con un decreto legislativo fornirebbe un parametro di riferimento

stabile su questioni importanti. Un problema, per esempio, che si pone è quello relativo al comparto sanzionatorio penale: ci si chiede, infatti, in assenza della legislazione delegata, che fine facciano le disposizioni penali previste dal codice della privacy. Queste disposizioni penali sono strutturate nel senso che costituisce reato la violazione di una disposizione del codice stesso; nelle ipotesi, però, che una disposizione del vecchio codice debba considerarsi abrogata, per la sopravvenienza del Regolamento europeo, cesserebbe di esistere il riferimento al precetto sanzionato con la fattispecie penale. Pertanto la mancanza di un decreto legislativo di coordinamento e di raffronto lascerà nelle mani delle procure e del giudice penale la verifica della continuità dell'illecito, anche alla luce del principio del cosiddetto *ne bis in idem*, in base al quale non possono applicarsi due sanzioni, penale amministrativa, allo stesso illecito. In sostanza si prospetta il fatto che il regolamento diventa efficace senza un decreto legislativo di armonizzazione e, quindi, la nuova privacy parte, ma ci sono più possibilità di interpretazioni contrastanti nella prime prassi applicative.



L'accusa di Springer, Condé Nast, Bloomberg e Guardian: strumentalizza il nuovo regolamento Ue

Privacy, scontro editori-Google

A rischio fino al 60% dei ricavi pubblicitari su internet

DI GIOVANNI GALLI

C'è una conseguenza inattesa dell'entrata in vigore del nuovo regolamento europeo Gdpr (General data protection regulation) sulla privacy. Una conseguenza che per gli editori bisognerà affrontare concretamente già a partire da domani: toccherà infatti alle case editrici, che utilizzano gli strumenti pubblicitari di Google, raccogliere il consenso degli utenti per l'utilizzo dei loro dati ai fini promozionali. Il motore di ricerca non ha intenzione di farsi carico dell'operazione obbligatoria né tantomeno di rischiare di essere tirato in causa durante eventuali diatribe giudiziarie avviate dai singoli utenti. Però gli editori, con le loro rispettive risorse, avranno qualche difficoltà a fare incetta di autorizzazioni. Secondo una stima pubblicata da *Le Figaro*, a rischio c'è il 60% degli introiti pubblicitari per molti editori che si affidano alle piattaforme della grande G come Double click for publishers. «È un po' come se tutti gli utenti internet cancellassero in un solo colpo i loro cookies», ha spiegato un esperto al quotidiano francese, riferendosi a quegli strumenti che registrano informazioni sulla navigazione degli internet.

Il colosso Usa di Menlo Park in California ha già annunciato una serie di soluzioni che aiuteranno gli editori nella raccolta di firme virtuali. Per esempio viene proposto uno strumento che, tramite notifiche pop-up, chiederà direttamente agli utenti se acconsentono o meno all'utilizzo dei loro dati ai fini pubblicitari. Le pos-

sibilità di risposta è semplice: sì o no. Di contro, gli editori capitannati dai tedeschi di Axel Springer (editore del quotidiano *Bild*), gli americani di Bloomberg e di Condé Nast ma anche i britannici di *The Guardian* hanno puntato l'indice su una questione più di principio, da cui è poi scaturita tutta la querelle: Google non torna sui suoi passi, non chiederà il consenso agli utenti per l'utilizzo di dati fuori dai propri domini scaricando così l'onere sugli editori. Il che vuol dire, di fatto, sempre secondo gli editori, che il motore di ricerca non solo schiva gli obblighi del nuovo regolamento Ue ma soprattutto

rafforza il suo potere contrattuale proprio nei confronti delle case editrici. In sintesi Google non vuole passare per detentore di dati altrui ma solo per la piattaforma che li lavora.

A intimorire gli editori ci sono anche le multe previste dalla nuova regolamentazione, che possono arrivare fino al 4% del fatturato dei singoli editori. Nel caso del *New York Times*, tra gli altri, una sanzione pecuniaria può valere fino a 56 milioni di dollari (pari a quasi 48 milioni di euro). Comunque questa non è la prima volta (né forse la principale) che gli editori si scagliano contro Google, specialmente **Mathias Döpfner**, a.d. di Axel Springer, che in Europa aveva aperto uno scontro frontale contro la multinazionale guidata dall'a.d. **Sundar Pinchai**, proprio sul fronte pubblicitario lamentando l'oligopolio di fatto di Google in tutto il mondo.

© Riproduzione riservata





DOMANI IL VIA ALLE NUOVE REGOLE UE

PRONTI PER LA PRIVACY?

Nuovi diritti e obblighi targati Ue

Dalla portabilità dei dati alla nomina del Dpo domani è l'inizio di un cammino
di **Antonello Cherchi**

Dopo due anni di transizione, domani la privacy cambia volto: diventa operativo il regolamento europeo 679, approvato dalla Ue nella primavera del 2016 con la clausola che ne rimandava l'applicazione a dopo un biennio, proprio per dare modo a tutti - singoli cittadini, pubbliche amministrazioni e imprese - di metabolizzare le novità.

E ce ne sono molte. A cominciare dal fatto che da domani in tutti i Paesi dell'Unione la normativa di riferimento sulla tutela dei dati sarà il regolamento, altrimenti conosciuto con l'acronimo Gdpr (General data protection regulation). Questo significa che le disposizioni nazionali sopravviveranno solo se compatibili con le nuove regole europee.

UN QUADRO UNITARIO

Un cambio di prospettiva dettato dalla volontà di andare oltre la frammentazione legislativa che fino a oggi ha contraddistinto la normativa sulla privacy a livello europeo. Tutto era nato 23 anni fa con la direttiva 95/46, che ciascun Paese aveva declinato a modo proprio, dando così vita a sistemi legislativi differenti l'uno dall'altro. Un approccio non più sostenibile in tempi di condivisione online dei dati, che impongono un approccio transfrontaliero alla loro tutela.

A questa esigenza è strettamente legata l'altra che ha portato al regolamento Ue: l'incessante sviluppo

delle nuove tecnologie, che fanno nascere sempre nuovi problemi di protezione dei dati personali, per rispondere ai quali occorre dotarsi non solo di norme comuni, ma anche flessibili, in grado di stare al passo, per quanto possibile, con la velocità della Rete.

DIRITTI E OBBLIGHI

Da qui, per esempio, la nascita di nuovi diritti della privacy, come quello della portabilità dei dati, e il rafforzamento degli altri: dalla necessità di informative chiare e sintetiche nel momento in cui si consegnano i propri dati personali, informative in grado di trasformarsi in un consenso veramente consapevole, al diritto di accesso, opposizione, rettifica e cancellazione (il diritto all'oblio) nel caso ci si accorga che i nostri dati sono trattati irregolarmente.

L'altra faccia della medaglia sono i soggetti che quei diritti devono garantire, ovvero le pubbliche amministrazioni e le imprese chiamate da domani ad applicare il regolamento. Anche loro si troveranno alle prese con diverse novità, a cominciare dal mutamento di prospettiva che informa le nuove regole europee e che si regge sul principio di accountability: il farsi parte attiva e responsabile nella valutazione del livello di tutela dei dati necessario per la propria azienda e all'interno della pubblica amministrazione in cui si lavora. Una volta raggiunta tale consapevolezza, si tratta di progettare il sistema di privacy in modo da organizzare al meglio la gestione dei dati personali e ridurre al minimo i rischi, per esempio di perdita o furto.

Un passaggio importante sarà la designazione del Data protection officer (Dpo) o responsabile della protezione dei dati: una figura nuova, che avrà il compito di monitorare l'applicazione delle nuove regole e, conservando la necessa-

ria indipendenza, fare da tramite tra il proprio datore di lavoro, sia esso privato o pubblico, e il Garante della privacy.

L'INIZIO DI UN PERCORSO

Domani è solo l'inizio di un cammino iniziato due anni fa. L'applicazione del regolamento è, infatti, soltanto un primo, seppure importante, passo, al quale si accompagneranno una serie di altri interventi. Intanto l'indispensabile coordinamento tra le norme Ue e quelle nazionali che fino a oggi hanno disciplinato la materia della privacy. Si parla, in particolare, del codice (il decreto legislativo 196 del 2003), che deve essere emendato delle parti incompatibili con il regolamento.

E poi c'è tutto il lavoro di rivisitazione della "legislazione" fin qui prodotta dal Garante, in particolare i codici deontologici e di buona condotta e le autorizzazioni generali. Si tratta, in entrambi i casi, di provvedimenti che disciplinano la gestione dei dati personali in ambiti particolari e delicati, che richiedono un attento bilanciamento dei diritti. È il caso, per esempio, del giornalismo, regolato da vent'anni dal codice deontologico, il primo dei vademecum di buona condotta a vedere la luce e che ora si dovrà verificare se regge al vaglio di compatibilità con il regolamento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il glossario e i riferimenti normativi della nuova privacy

Accountability

Termine traducibile con «responsabilizzazione». Sta a indicare, per Titolari e responsabili, l'adozione di comportamenti proattivi e tali da dimostrare la concreta adozione di misure finalizzate ad assicurare l'applicazione del Regolamento

Anc

Autorità nazionale di controllo di ogni Stato Ue, vale a dire l'autorità competente per la gestione dei reclami a essa proposti o di eventuali violazioni del Gdpr e delle norme nazionali in materia di protezione dei Dati, se l'oggetto riguarda unicamente uno stabilimento nel suo Stato membro o incide in modo sostanziale sugli interessati unicamente nel suo Stato membro

Autorità capofila

Autorità di controllo capofila disciplinata dall'articolo 56 del Gdpr. È l'autorità di controllo dello stabilimento principale, dello stabilimento unico del Titolare e del Trattamento o responsabile del Trattamento, competente ad agire in qualità di autorità di controllo capofila

Codice privacy

Decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196 recante «Codice in materia di protezione dei dati personali», in Gazzetta Ufficiale 29 luglio 2003, n. 174

Comitato o Cepad

Comitato europeo per la protezione dei Dati, istituito dall'articolo 68 del Gdpr. Il Comitato è composto dalla figura di vertice di un'autorità di controllo per ciascuno Stato membro e dal garante europeo della protezione dei Dati, o dai rispettivi rappresentanti

Consenso

Manifestazione di volontà libera, specifica e informata dell'Interessato con cui questi accetta espressamente che i suoi Dati personali siano fatti oggetto di Trattamento

Data breach

Violazione dei Dati personali consistente nella perdita, distruzione, diffusione indebita di Dati personali

che si verifica a seguito di attacchi informatici, accessi abusivi, incidenti o eventi avversi, come incendi o altre calamità

Data protection officer (Dpo) o Responsabile dei dati personali (Rpd)

Professionista, generalmente nell'organico della società, che il Titolare nomina al fine di avere al suo interno un "focal point" (cioè, un punto di riferimento) esperto di privacy e di facilitare l'osservanza delle disposizioni del Gdpr

Dati biometrici

Tutti i Dati personali ottenuti da un Trattamento relativi alle caratteristiche fisiche, fisiologiche o comportamentali di una persona fisica che ne consentono o confermano l'identificazione univoca, quali l'immagine facciale o i Dati dattiloscopici

Dati genetici

Tutti i Dati personali relativi alle caratteristiche genetiche ereditarie o acquisite di una persona fisica che forniscono informazioni univoche sulla fisiologia o sulla salute di questa persona, e che risultano in particolare dall'analisi di un campione biologico

Dati giudiziari

Dati personali che rivelano l'esistenza di determinati provvedimenti giudiziari soggetti ad iscrizione nel casellario giudiziale (ad esempio provvedimenti penali di condanna definitiva, liberazione condizionale, divieto o obbligo di soggiorno, misure alternative alla detenzione)

Dati personali o Dati

Qualunque informazione relativa a una persona fisica, identificata o identificabile, anche indirettamente, attraverso altre informazioni, ivi compreso un numero di identificazione personale

Dati sanitari

Dati personali attinenti alla salute fisica o mentale di una persona fisica, compresa la prestazione di servizi di assistenza sanitaria, che rivelano informazioni relative al

suo stato di salute

Dati sensibili

Dati personali idonei a rivelare l'origine razziale ed etnica, le convinzioni religiose, filosofiche o di altra genere, le opinioni politiche, l'adesione a partiti, sindacati o associazioni od organizzazioni a carattere religioso, filosofico, politico o sindacale, nonché i Dati personali idonei a rivelare stato di salute e vita sessuale

Direttiva e-Privacy

Direttiva 2002/58/CE del 12 luglio 2002, relativa al «trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche (direttiva relativa alla vita privata e alle comunicazioni elettroniche)», in Guce [2002] L 201

Direttiva madre

Direttiva 95/46/CE del 24 ottobre 1995, relativa alla «tutela delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati», in Guce [1995] L 46

Dossier sanitario

Strumento costituito presso un organismo sanitario in qualità di unico Titolare del trattamento (ad esempio, ospedali, aziende sanitarie, case di cura) al cui interno operano più professionisti, attraverso il quale sono rese accessibili informazioni, inerenti i Dati sanitari di un Interessato

Dpia

Data Protection Impact Assessment, ovvero la valutazione d'impatto sulla protezione dei dati che il Titolare del trattamento è obbligato a fare quando può esserci un rischio elevato per i diritti e le libertà delle persone interessate

Finalità (del Trattamento)

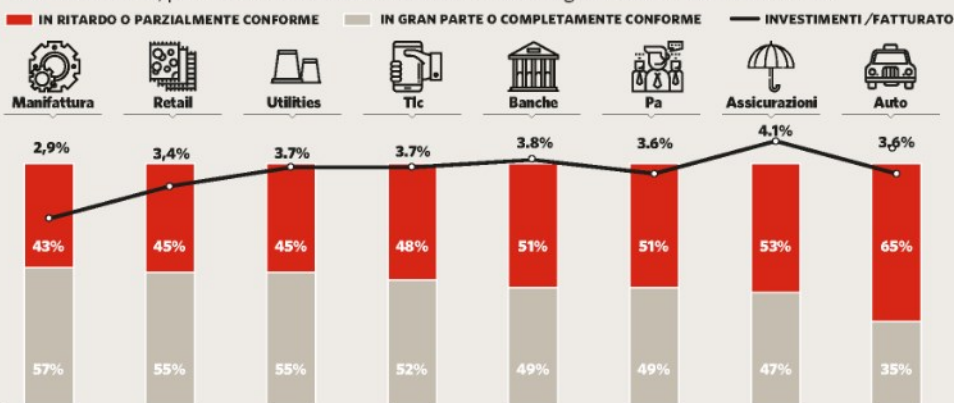
Scopo determinato, esplicito e legittimo che viene perseguito dal Titolare con il Trattamento

Garante

Autorità garante per la protezione dei Dati personali: l'Anc preposta alla vigilanza e al controllo della normativa sulla protezione dei Dati personali

La risposta dei settori

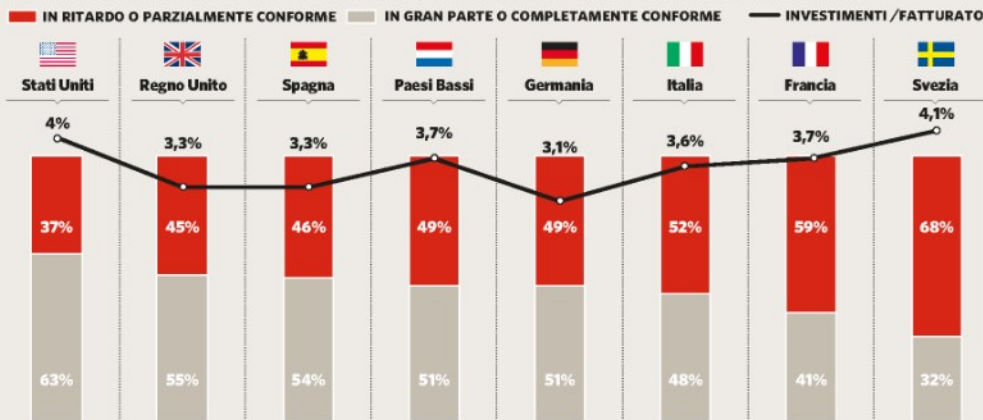
Conformità GDPR, per settore. Dati basati su interviste a 1.000 dirigenti e 6.000 clienti in 8 mercati



FONTE: Capgemini, report del Digital Transformation Institute "Seizing the GDPR Advantage: From mandate to high-value opportunity"

In corso di adeguamento

Conformità GDPR, per paese. Dati basati su interviste a 1.000 dirigenti e 6.000 clienti in 8 mercati



Fonte: Capgemini, report del Digital Transformation Institute "Seizing the GDPR Advantage: From mandate to high-value opportunity"

Gdpr

Acronimo di «General Data Protection Regulation», cioè «Regolamento generale sulla protezione dei dati», ovvero il Regolamento Ue 2016/679.

Gruppo di lavoro ex Articolo 29 o Gla29

Gruppo per la tutela delle persone con riguardo al Trattamento dei Dati personali, istituito dall'articolo 29 della Direttiva madre. È un organismo consultivo e indipendente, composto da un rappresentante delle autorità di protezione dei Dati personali designate da ciascuno Stato membro, dal Garante europeo della protezione dei Dati (European Data Protection Supervisor), nonché da un rappresentante della Commissione

Incaricato (del Trattamento)

Persona fisica autorizzata a compiere operazioni di Trattamento sulla base delle istruzioni ricevute dal Titolare e/o dal Responsabile, ove designato

Informativa

Documento (o insieme di informazioni) contenente le informazioni che il Titolare deve fornire all'Interessato per chiarire se quest'ultimo è obbligato o meno a rilasciare i Dati personali, le conseguenze di un eventuale rifiuto al rilascio dei Dati personali, quali sono le finalità e le modalità del Trattamento, i soggetti che entrano in contatto con i suoi Dati personali, come circolano i Dati personali e in che modo esercitare i diritti riconosciuti dal Gdpr

Informazioni personali identificabili o Pii

Informazioni Personali Identificabili o «Personally identifiable information» (Pii).

Interessato

Persona fisica cui si riferiscono i Dati personali

Misure di sicurezza

Complesso di misure tecniche, informatiche, organizzative, logistiche e procedurali di sicurezza che configurano il livello minimo di protezione

Ott

L'Autorità per le Garanzie nelle

Comunicazioni definisce "Over-the-top" le imprese che forniscono, attraverso la rete Internet, servizi, contenuti (soprattutto video) e applicazioni di tipo rich media (ad esempio, le pubblicità che appaiono "sopra" la pagina di un sito web mentre lo si visita e che dopo una durata prefissata scompaiono)

Regolamento o Gdpr

Regolamento (Ue) 2016/679 del 27 aprile 2016 relativo alla «protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati)», in Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea [2016] L 119, pagine 1-88

Registro dei Trattamenti o Registro

Registro delle attività di Trattamento, disciplinato dall'articolo 30 Gdpr, il quale deve essere conservato da ogni Titolare

Responsabile (del Trattamento)

Persona, fisica o giuridica, Pubblica amministrazione e qualsiasi altro ente, associazione od organismo preposti dal Titolare al Trattamento

Tfue

Trattato sul funzionamento dell'Unione europea (versione consolidata), come modificato dall'articolo 2 del Trattato di Lisbona del 13 dicembre 2007 ratificato dalla legge 2 agosto 2008, n. 130, in Guue 8 agosto 2008, n. 185

Titolare (del Trattamento)

Persona, fisica o giuridica, pubblica amministrazione e qualsiasi altro ente, associazione o organismo cui competono, anche unitamente ad altro Titolare, le decisioni in ordine alle finalità, alle modalità del Trattamento e agli strumenti utilizzati, compreso il profilo della sicurezza

Tlc

Telecomunicazioni, vale a dire qualunque sistema di comunicazione (ad esempio, radio, telefono e televisione) che permetta di trasmettere suoni o immagini a distanza

Trattamento

Qualunque operazione o complesso di operazioni, effettuati anche senza l'ausilio di strumenti elettronici, concernenti la raccolta, la registrazione, l'organizzazione, la conservazione, la consultazione, l'elaborazione, la modificazione, la selezione, l'estrazione, il raffronto, l'utilizzo, l'interconnessione, il blocco, la comunicazione, la diffusione, la cancellazione e la distruzione di Dati personali, anche se non registrati in una banca di Dati

Tue

Trattato sull'Unione europea (versione consolidata), come modificato dall'articolo 1 del Trattato di Lisbona 13 dicembre 2007 ratificato dalla legge 2 agosto 2008, n. 130, in Guue 8 agosto 2008, n. 185

Vip o Dpia

Valutazione di Impatto Privacy o Data Protection Impact Assessment, da cui il relativo acronimo (Dpia)

LA DOCUMENTAZIONE



LA «GUIDA» ALLA NUOVA DISCIPLINA

Il Glossario riportato in queste pagine è un estratto di quello contenuto nella Guida «Privacy - La nuova disciplina europea», in vendita su I sito del Sole 24 Ore, in formato cartaceo e in pdf

www.shopping24.ilssole24ore.com

L'indirizzo per acquistare la Guida

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In azienda. Le mosse dei big della telefonia per l'adeguamento

Dispositivi mobili, il fronte più esposto

■ Tra le preoccupazioni delle imprese per il debutto del Regolamento Ue sulla privacy, c'è anche la gestione dei dispositivi di telefonia mobile. Passaggio cruciale, perché il traffico sui siti che arriva da browser mobili è ormai più importante di quello da desktop. Per una configurazione dei dispositivi mobili conforme al Gdpr sono numerosi i punti da prendere in considerazione (si veda la scheda): dalla configurazione delle connessioni disponibili (wifi, Vpn, bluetooth, Nfc, gps) e dispositivi di archiviazione (schede SD) fino alla configurazione di fotocamera e audio e alla gestione degli aggiornamenti delle applicazioni. È inoltre fondamentale la manutenzione del sistema operativo.

I grandi operatori del settore, come Samsung e Apple, sono attivi da tempo, come ha segnalato nei giorni scorsi Biagio Simonetta sul sito del Sole 24 Ore. La casa coreana, leader del mercato smartphone con sistema operativo Android, punta tutto sulla piattaforma Samsung Knox, che - spiega la stessa azienda - «fornisce una serie di meccanismi di sicurezza volti a tutelare i dati contenuti nei dispositivi mobili», dando «la libertà di lavorare ovunque e in qualunque momento». La piattaforma Knox ha una vasta gamma di funzioni, dalla custodia separata dei dati personali e di quelli aziendali fino alla gestione remota degli smartphone aziendali. «Abbiamo sviluppato un sistema di cifratura dei dati integrato sia nell'hardware sia nel software dei nostri terminali», spiega il sito dell'azienda coreana.

L'altro macrocosmo mobile porta il nome di Apple. L'azienda di Cupertino ha investito nell'adeguamento al Gdpr e può vantare un background importante in fatto di sicurezza e di impenetrabilità dei dati. Apple spiega di aver già da tempo intrapreso la strada della "privacy by design": progettazione di apparecchi e servizi pensati da subi-

to per minimizzare la raccolta dei dati e dare il massimo del controllo agli utenti. Inoltre, sono state recentemente introdotte alcune novità, fra cui le nuove info sulla privacy e la nuova icona, resa disponibile su tutte le piattaforme, per rendere più chiaro il modo in cui Apple userà i dati dei clienti quando sottoscrivono o attivano determinate funzioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SETTE MOSSE ANTI-INCONVENIENTI

1. Gestione centralizzata

Ogni politica per la sicurezza dei dispositivi mobili dovrebbe basarsi sulla gestione centralizzata dei dispositivi e dei profili utente

2. Autorizzazioni guidate

La segmentazione riveste un'enorme importanza. Vanno definiti i profili utente in base alle funzioni e va regolato l'accesso agli strumenti amministrativi per consentire la delegazione delle funzioni amministrative e stabilire le norme per l'assegnazione dei dispositivi

3. Controllo dell'accesso

Occorre considerare non solo le password, ma anche le norme correlate e l'accesso in generale (ad esempio: quanti tentativi prima di sbloccare un dispositivo? Qual è il livello di accesso necessario? Deve essere consentita l'attivazione delle fotocamere?)

4. Garanzia dell'integrità del sistema operativo

A ogni accensione del dispositivo è necessario verificare l'integrità del sistema operativo e dei relativi aggiornamenti

5. Messa in sicurezza di app e dati

È necessario imporre un certo grado di controllo sugli "app store" e individuare eventuali problemi relativi alle app installate

6. Distinzione tra utilizzo professionale e personale

È necessario garantire che gli strumenti e le app personali non compromettano i dati aziendali (la responsabilità potrebbe ricadere sull'azienda)

7. Capacità di intervenire da remoto

Furti e smarrimenti dei telefoni sono frequenti e rappresentano il rischio più grande per le aziende. La soluzione è garantire la capacità di formattare o bloccare i dispositivi da remoto e in sicurezza, in modo che oltre al telefono non vengano rubati anche i dati

Fonte: Samsung - Gdpr Campaign



Il sistema. Insieme al regolamento Ue resta l'attuale codice

Il quadro normativo diventa più complesso

di **Giuseppina Finocchiaro***

A distanza di oltre vent'anni dalla prima normativa europea in materia, la direttiva-madre 46 del 1995, è giunto il momento di voltare pagina. Prendendo atto dei cambiamenti tecnologici (nel 1995 non esistevano gli smartphone) che hanno indotto grandi cambiamenti sociologici (basti pensare alla vita che si svolge sui social network). È cambiato anche il contesto economico: oggi i dati sono il nuovo petrolio, come scrive l'Economist. E quello politico: l'Europa si è impegnata nel mercato unico digitale.

Il Regolamento europeo 679/2016, che entra in vigore domani, riflette tutti questi cambiamenti e volta pagina. Innanzitutto detta una disciplina unitaria per tutti gli Stati membri, salvo alcuni spazi lasciati al legislatore nazionale, definendo così uno spazio unico anche sotto il profilo giuridico, all'interno e verso l'esterno.

Afferma con forza il principio della libera circolazione dei dati, la quale «non può essere limitata né vietata per motivi attinenti alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali», come recita l'articolo 1 del regolamento.

Il diritto alla protezione dei dati personali, sancito dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea, è soggetto a un necessario bilanciamento. I dati personali possono essere al tempo stesso gli elementi su cui si definiscono l'immagine e l'identità dell'individuo, nonché beni economici oggetto di scambio.

Il patrimonio italiano costituito dalla nostra elaborazione normativa, giurisprudenziale e dottrinale, è ormai patrimonio giuridico europeo e in questa prospettiva va correttamente inquadrata la nuova fase della protezione dei dati personali. I principi fondamentali già consolidati sono confermati dal regolamento europeo: così informativa, consenso e altri presupposti di legittimità del

trattamento.

Muta però la filosofia di fondo: si passa dall'approccio autorizzatorio a quello fondato sull'accountability. E questo comporta la modifica nella governance: la gestione dei dati personali diviene gestione del rischio, non più soltanto competenza del legale o dell'It.

In Italia, con grande ritardo, è stata incaricata una commissione legislativa - che ha concluso i lavori in due mesi, il 19 marzo - di predisporre il testo di un decreto legislativo per adeguare la normativa italiana a quella europea. Opera non strettamente necessaria, essendo il regolamento direttamente applicabile, ma utile per operare un coordinamento.

La commissione ha verificato la compatibilità delle norme presenti nell'ordinamento italiano con quelle del regolamento europeo, che direttamente le sostituiscono. Ha quindi proceduto con un'operazione non frequente: l'abrogazione espressa delle norme italiane sostituite. Si tratta di un'operazione culturale di grande rilevanza, volta a chiarire agli operatori e agli interpreti il quadro normativo di riferimento.

Questa verifica ha condotto all'abrogazione della maggior parte delle norme del codice privacy, ormai sostituite dal Gdpr. La conseguenza ovvia sarebbe stata l'abrogazione del codice, non più tale, per favorire la leggibilità complessiva.

Questa proposta non è stata accolta dal Governo, che ha preferito un'altra tecnica normativa che ha condotto alla formulazione di un testo di decreto che detta delle inserzioni nel codice, che ne abroga una grande parte e che formula delle disposizioni ulteriori. Il risultato è un quadro normativo di inutile complessità, che non aiuta certo gli operatori. Il Governo, con una scelta su cui ha certamente influito anche la vicenda Cambridge Analytica, ha inoltre introdotto nuove fattispecie penali.

La commissione ha effettuato al-

cune scelte nei settori in cui gli Stati conservano competenza e ha operato un raccordo fra il ricco quadro complessivo previgente e il Gdpr, mantenendo la continuità. Sono fatti salvi per un periodo transitorio i provvedimenti del Garante (si pensi, per esempio a quello in materia di biometria) e le autorizzazioni, che saranno oggetto di successivo riesame. Sono stati mantenuti anche i codici deontologici vigenti (ad esempio, quello dei giornalisti). Si è rafforzato il meccanismo delle consultazioni pubbliche e il coinvolgimento delle categorie interessate in molteplici casi. Per le micro, piccole e medie imprese si è previsto che il Garante promuova modalità semplificate di adempimento degli obblighi del titolare del trattamento.

Da domani, dunque, si volta pagina. Maggiore libertà e maggiore responsabilità per i titolari del trattamento che potranno, da un lato, sfruttare le nuove aperture contenute nel Gdpr, come la base giuridica del "legittimo interesse", ma dall'altro lato saranno chiamati a motivare e a documentare le scelte.

Un ruolo nuovo per il Garante, che dovrà guidare il processo di adeguamento alle nuove disposizioni anche con un nuovo approccio e nuove competenze, relative, per esempio alla gestione del rischio. E infine per gli operatori, che dovranno rendersi parte attiva e quanto prima attivare i processi normativi che li possono vedere direttamente coinvolti, come l'elaborazione di codici di condotta.

* RIPRODUZIONE RISERVATA

** Presidente della commissione incaricata di adeguare la normativa italiana sulla privacy al regolamento europeo*



Facebook e gli altri social aggiornano le strategie

Si innalza il limite di età per l'accesso e diventano severi i requisiti sulla riservatezza

di **Marisa Marraffino**

Le nuove norme sulla privacy introdotte dal Regolamento Ue 2016/679, noto come Gdpr, impattano anche sui social network che trattano dati degli utenti dell'Unione Europea. Per questi soggetti occorrerà quindi semplificare i modelli delle informative, ampliare i diritti degli interessati (ad esempio garantendo la portabilità dei dati) e verificare l'età minima dell'utente, che viene innalzata dai 13 ai 16 anni. Di fatto, però, al social network basterà l'autodichiarazione dell'utente, ovvero far spuntare un pop-up in cui l'interessato dichiara di avere almeno 16 anni.

PER I MINORI

Una battaglia di principio, più che una verifica effettiva, visto che a oggi non esiste alcuna norma internazionale che imponga ai provider controlli sulla veridicità delle dichiarazioni rilasciate dagli interessati. L'articolo 8 del Regolamento UE 2016/679 prevede poi che ogni Stato membro possa abbassare l'età minima di iscrizione ai social network fino a tredici anni. In questo caso, tuttavia, occorrerà il consenso dei genitori. Difficile ipotizzare che le piattaforme prevedano forme di validazione diverse per ogni Stato membro, chiedendo al minore se ha acquisito il consenso dei genitori.

Più problematica la questione relativa al trattamento dei dati degli utenti già iscritti che abbiano dichiarato di avere

meno di sedici anni. Teoricamente il social network dovrebbe cessare di trattare i loro dati dal momento dell'entrata in vigore del Gdpr oppure, più realisticamente, affrettarsi a chiedere loro prima di tale data se hanno acquisito il consenso dei genitori.

Si tratta complessivamente di una riforma culturale che - di fatto - impone ai genitori un maggior controllo sui figli, ma che non sposta di molto la responsabilità dei social network.

MAGGIORE SICUREZZA

Più effettivo invece potrà essere il controllo sulle misure di sicurezza adottate dai social network per evitare violazioni dei dati, ovvero data breach. Per il trattamento massivo di dati occorrerà dimostrare di aver adottato misure idonee e dovrà essere nominato un rappresentante Ue che si occupi di far rispettare le nuove norme e di comunicare agli utenti, senza ritardo, eventuali accessi non autorizzati. In questi casi le norme sono provviste di sanzioni che possono arrivare fino a 20 milioni di euro o al 4% del fatturato (per il dettaglio delle sanzioni, si veda a pagina 14).

Il cosiddetto "consenso granulare" impone poi che per ogni finalità di trattamento dei dati, ad esempio geolocalizzazione, profilazione, marketing, debba essere rilasciato un consenso distinto. Già con l'entrata in vigore della prima legge sulla privacy, la legge 675/96, il Garante per la protezione dei dati personali italiano aveva pubblicato una guida dal titolo «il primo Garante sei tu»: un titolo che diventa oggi, alla luce del Gdpr, addirittura profetico. Sarà infatti l'utente a dover leggere con più attenzione le informative che saranno più brevi e semplici, ma che non dovranno più essere ignorate come avveniva in passato. Affinché tutto cambi, infatti, occorre che nulla resti com'è, a partire dalla consapevolezza degli utenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nel 2017 raccolta da 48 miliardi (+13,2%) dai 24,8 miliardi di cinque anni prima

Pubblicità online, l'Ue raddoppia

La crescita da cercare nel trio video, social e mobile

DI ANDREA SECCHI

È cresciuto del 13,2% il mercato della pubblicità digitale in Europa nel 2017, per un totale di 48 miliardi di euro di investimenti, 5 miliardi in più rispetto al 2016. Si tratta del decimo anno consecutivo di crescita, a partire dai 6,7 miliardi del 2016. Negli ultimi cinque anni gli investimenti sono raddoppiati, visto che nel 2012 il totale era di 24,8 miliardi. I dati arrivano dall'AdEx Benchmark 2017, lo studio di Iab Europe realizzato in collaborazione con Ihs Markit, presentato ieri dall'associazione che riunisce gli operatori del settore advertising durante la conferenza annuale Interact che per la prima volta si è tenuta a Milano.

La fotografia panoramica del mercato analizzata nel dettaglio mostra ovviamente molte differenze fra i 27 paesi presi in considerazione. I primi cinque per investimenti nel digital advertising restano al proprio posto: Uk sempre prima (+14,3%), poi Germania (+11,2%), Francia (+10,8%), Russia (+21,9) e, quinta, Italia (+12,3). Al sesto posto però è arrivata la Svezia che si sta dimostrando un mercato molto dinamico (+18,4%). In generale sono i paesi nordici e del Centro-Est Europa a contribuire maggiormente alla crescita totale e quelli che hanno la spesa pro capite in digital

advertising più alta. L'Italia, nonostante l'incremento a due cifre è nel gruppo di coda per via di una spesa pro capite non elevata. Ancora spazi di miglioramento, insomma.

Ma dove è da ricercarsi la crescita? Le cifre parlano chiaro: dei tre formati considerati, il display è a +14,9% (19,3 miliardi), il search a +14,4% (21,9 miliardi) e gli annunci e directories a +4,8% (6,7 miliardi). Dal momento che un editore qualsiasi sul search non può contare, si deve guardare al display e più esattamente ai video che sono cresciuti di quattro volte rispetto ai formati display non video. L'Italia su questo ha un vantaggio rispetto agli altri Paesi: ha infatti il 35,8% di investimenti video sul totale display, seconda dopo il Regno Unito (38,5%). Peraltro stanno crescendo i cosiddetti video out-stream, le pubblicità video non legate a un contenuto video ma inserite per esempio fra i paragrafi di un articolo. A progredire all'interno del formato display è anche il social, passato dal 34,8% al 41,8% del totale, ma anche in questo caso gli investimenti riguardano pochi attori, se non il principale, Facebook.

E per quanto riguarda le piattaforme? Non sorprende che il mobile stia crescendo ed erodendo quote via via maggiori al desktop e oggi è al 40% degli investimenti in media in Ue.

La crescita c'è, insomma, anche se, ha spiegato **Daniel Knapp** di Ihs Markit, è concentrata nella «trinity of So-MoVi»: social, mobile e video.

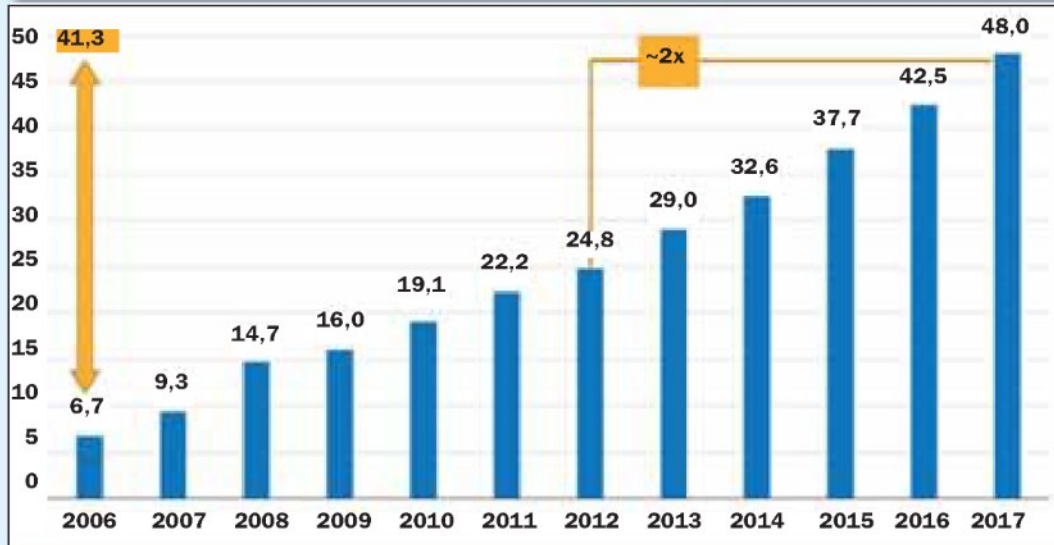
Townsend Feehan, ceo di Iab Europe ha parlato di «un altro anno di forte crescita a due cifre in Europa» e ha detto che con l'entrata in vigore «in soli tre giorni» della normativa Gdpr sulla protezione dei dati personali (domani per chi legge, ndr), il settore è a un bivio e deve «continuare a migliorare le esperienze degli utenti e sottolineare il contributo che la pubblicità digitale apporta all'economia europea».

Daniele Sesini, direttore generale Iab Italia, ha sottolineato la crescita a doppia cifra dell'Italia, con le stesse leve che hanno caratterizzato il mercato europeo, mentre in fatto di Gdpr il Paese è già avanti: «Nonostante le numerose preoccupazioni, l'applicazione del Gdpr, sul fronte del tracciamento dei dati web ai fini pubblicitari, sarà per le aziende italiane del marketing sostanzialmente indolore in quanto, già nel 2015, il garante italiano per la privacy ha imposto a tutti gli operatori l'adozione di un processo basato sull'informazione preventiva e sulla raccolta del consenso esplicito dell'utente che deve avvenire prima dell'erogazione dei cookie di profilazione sul sito da lui visitato».

—© Riproduzione riservata—



Il mercato dell'advertising online in Europa



Fonte: AdEx Benchmark 2017, Iab Europe e Ihs Markit. Dati in miliardi di euro

Giglio Group in Cina lancia gli acquisti diretti dalla tv usando un clic

LUIGI GRASSIA

Il gruppo multimediale italiano Giglio va alla conquista della Cina con il proposito di trasformare gli spettatori delle tv di quel Paese in acquirenti diretti dei prodotti Made in Italy, tramite un semplice clic. A questo scopo ha firmato un accordo con la App di messaggistica istantanea e pagamenti WeChat per il lancio in Cina del cosiddetto «Television Com-

merce» (t-commerce). Fondato nel 2003, Giglio Group ha fuso a livello internazionale i media tradizionali e le piattaforme di vendita online rivoluzionando l'esperienza di e-shopping nel mondo. Il meccanismo è semplice: durante una trasmissione tv, quando compare un prodotto viene mostrato anche un codice in sovrapposizione sullo schermo; a quel

punto l'utente che vuole acquistare inquadra il codice in video utilizzando WeChat e compra. «Riteniamo - dice il presidente e amministratore delegato, Alessandro Giglio (foto) - di avere creato il veicolo più efficace di diffusione del lusso Made in Italy in Cina». WeChat in quel Paese ha centinaia di milioni di utenti.

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Giglio Group, in Cina lo shopping si fa dalla tv

DI IRENE GREGUOLI VENINI

Giglio Group lancia il television commerce in Cina in collaborazione con WeChat: si tratta della possibilità per gli utenti di comprare un prodotto che vedono in tv, inquadrando con lo smartphone il relativo Qr Code che appare in sovrainpressione, completando l'acquisto sull'app di messaggistica. L'operazione fa parte di una strategia di sviluppo nel mercato cinese che il gruppo, attivo nell'e-commerce e nel settore del broadcast radio televisivo con un focus sul mondo del fashion, sta portando avanti da tempo.

L'approccio alla Cina (che pesa oggi per il 17% del business di Giglio Group) è partito da quasi quattro anni «con l'obiettivo di distribuire i nostri contenuti sulle principali piattaforme televisive e digitali cinesi», spiega Alessandro Giglio, presidente e ceo del gruppo. «Per questo abbiamo confezionato una serie di canali tematici sul lifestyle e sul fashion italiano, allargandoci poi al mondo del cibo e del design made in Italy».

L'azienda infatti produce e distribuisce contenuti sul mondo del lusso e del made in Italy per diversi canali cinesi, raggiungendo un potenziale di oltre 100 milioni di telespettatori. «Abbiamo sviluppato un modello di e-commerce 4.0, che si basa sulla convergenza tra i contenuti relativi ai prodotti e il momento in cui sono acquistabili», continua il ceo. «Ora sta partendo la seconda fase della strategia in Cina: vogliamo trasformare tutti i nostri telespettatori e utenti in acquirenti, sfruttando il potere delle immagini dei brand che raccontiamo per suscitare un desiderio di acquisto».

Secondo questa logica, l'azienda ha stretto un accordo di collaborazione commerciale con WeChat (parte del Gruppo Tencent), che è l'app di messaggistica più usata in Cina con oltre un miliardo di utenti attivi e 800 milioni di utenti WeChat pay, per il lancio del television commerce nel paese. «In questo modo si passa da un contenuto su un brand in tv all'acquisto del prodotto che sta guardando», dice Alessandro Santamaria, digital and strategic managing director di Giglio Group. «L'utente infatti può inquadrare, utilizzando WeChat dallo smartphone, il Qr Code che viene mostrato durante la trasmissione e arriva sulla piattaforma Ibox, il multi brand store del gruppo Giglio, sviluppata su WeChat, dove può completare l'acquisto».

— © Riproduzione riservata — ■



Negozi in crisi per e-commerce e abusivismo

«È tutto low cost»

**La città
che cambia**

di **Flavia Fiorentino**

Davide Sermoneta

«Si è cercato di attrarre
moltitudini di turisti
senza adeguare i
servizi, come la pulizia»

Decoro

La scarsa
raccolta
dei rifiuti
penalizza
gli
operatori

A viale Marconi i negozi più belli, gioiellerie, abbigliamento, profumerie, dove la piccola e media borghesia della zona, fin dagli anni Sessanta è sempre andata a fare acquisti, hanno chiuso quasi tutti. Al loro posto chincaglierie cinesi, telefonia e minimarket aperti h24.

Viale dei Colli Portuensi ha un grave problema di sicurezza e alto tasso di scippi e rapine, mentre viale Europa all'Eur è abbandonata al degrado e alla sporcizia. Sulla Tuscolana, soffre soprattutto l'abbigliamento, sostituito da pasticcerie, bistrot, supermercati e food in generale.

«I siti di e-commerce ci stanno annientando — spiega Angela Avella, titolare di una boutique di abiti e accessori in via Tuscolana — non soltanto perché possono proporre sconti e promozioni, ma soprattutto fare il "reso". Noi che siamo un franchising di un

noto marchio italiano, quando un cliente ordina un capo e si "pente", non possiamo rimandarlo indietro». Ma dalla periferia al Centro, i problemi del settore, come ha messo in evidenza una ricerca di Confcommercio che denuncia mancanza di investimenti, paura e sfiducia, non cambiano. «Ormai le difficoltà dei commercianti sono le stesse dei residenti — sostiene Davide Sermoneta, responsabile Confcommercio del centro storico —. Il nostro è un disagio "ambientale" in una città che è stata consegnata al low cost. E anche se nell'ultimo anno il saldo delle aziende è positivo, crescono soltanto quelle della ristorazione o in mano ai cinesi». Altro tema le politiche sul turismo: «Abbiamo cercato di attrarre moltitudini di stranieri senza adeguare i servizi, dai vigili alla raccolta rifiuti». Molti negozianti sono schiacciati dalla deregulation degli

orari e delle aperture festive. «In viale Marconi, a destra e a sinistra del mio punto vendita, che gestisco da 40 anni — racconta Mina Giannandrea, responsabile di Federstrade Confesercenti — hanno aperto due negozi di abbigliamento. Non ci sono regole. Ma ancora peggio per noi è il degrado qui fuori: cassonetti bruciati, sporcizia, gente che chiede l'elemosina mezza nuda. A mercato Macaluso i topi spadroneggiano e molti banchi hanno chiuso per mancanza d'igiene». Valter Gian Maria, presidente di Confesercenti Roma, pone l'accento sull'abusivismo: 8 mila ambulanti, 5 mila *bed and breakfast*, centinaia di guide turistiche e "ncc". La merce contraffatta produce a Roma un fatturato annuo di 2 miliardi e 450 milioni. Tutto in nero, ovviamente, mentre chi è onesto e in regola è soffocato da tasse e burocrazia insostenibili».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Immondizia Montagne di rifiuti vicino viale Marconi

RICONOSCIMENTO FACCIALE

**Polizia e software-spia
Amazon nella bufera**

Bezos nel mirino di 40 associazioni Usa

■ È in grado di riconoscere volti, ma anche azioni e oggetti circostanti. Basta caricare un database di immagini - personaggi famosi, ad esempio, oppure contenuti sensibili da censurare - e il software, grazie all'intelligenza artificiale, saprà ritrovarle una volta messo ad analizzare nuovo materiale. Si chiama «Rekognition» ed è il sistema di riconoscimento facciale sviluppato da Amazon. Pensato per fini commerciali o ludici. Ma ora venduto, per poche centinaia di dollari, anche alla polizia di alcuni stati Usa. Facendo insorgere le associazioni che si occupano di diritti civili: più di 40 hanno scritto a Jeff Bezos, amministratore delegato di Amazon, chiedendogli di sospendere la vendita.

Il software è stato messo sul mercato nel novembre 2016 e attualmente ne fanno uso le forze dell'ordine di Orlando, Florida, e dell'Oregon. Ma tra gli interessati ci sarebbero anche gli agenti di California e Arizona. Il sistema, infatti, nonostante sia all'avanguardia, è estremamente economico: dopo un acconto di 400 dollari, costa pochi dollari al mese. Secondo il *Washington Post*, quotidiano statunitense di cui è proprietario lo stesso Bezos, la polizia dell'Oregon ci investirebbe mensilmente tra i 6 e i 12 dollari. Una cifra abbordabile, se si considera il servizio offerto: la possibilità di controllare in tempo reale, grazie alle telecamere che ogni agente ha montata sull'uniforme, se tra la folla, ad esempio di una manifestazione, si trova qualcuno dei sospetti criminali inseriti nel database.

Non la pensano così le associazioni che hanno scritto a Bezos, in testa la «American Civil Liberties Union», la prima a scoprire la vicenda. Il loro timore è che questo porti a una progressiva liberalizzazione dei sistemi di sorveglianza di massa. «Chiediamo che Amazon smetta di alimentare un'infrastruttura di sorveglianza governativa che pone una grave minaccia nei confronti dei consumatori e delle comunità di tutto il Paese», si legge nella lettera.

L'azienda, sul punto, non ha risposto. Attraverso una portavoce, Nina Lindsey, ha fatto solo sapere che «Amazon richiede che i clienti di Rekognition rispettino la legge e siano responsabili quando usano il software. Quando scopriamo un abuso, sospendiamo il cliente». E il colosso dell'e-commerce ha anche voluto sottolineare gli utilizzi positivi del sistema di riconoscimento facciale, come «rintracciare persone scomparse» o «ritrovare i bambini che si sono persi nei parchi divertimento». Persino durante il royal wedding di sabato scorso, alcuni dei presenti lo hanno usato per avvistare le celebrità tra gli invitati.



SORVEGLIANZA Il colosso di Seattle ha venduto alle forze dell'ordine di Oregon e Florida il suo sistema «Rekognition»



Politico.com debutta in Asia con Jack Ma



DI MARCO A. CAPISANI

Politico.com sbarca in Asia. E lo fa scegliendo come alleato il *South China Morning Post*, testata di Hong Kong che fa capo a Jack Ma, a sua volta fondatore e presidente esecutivo del colosso cinese dell'e-

commerce Alibaba. L'incontro atteso tra il presidente Usa Donald Trump e il leader nordcoreano Kim Jong Un, l'espansionismo cinese e la guerra dei dazi o genericamente la crescita delle economie asiatiche sono solo alcuni spunti d'attualità che possono aver indotto il sito americano di politica ad allargarsi a Oriente. Peraltro a distanza di soli tre anni dal lancio di Politico.eu (la declinazione sul Vecchio Continente). In aggiunta, però, c'è che nel mondo sempre più giornali internazionali rinunciano a edizioni macro-regionali a causa dei costi, lasciando libere ampie aree di mercato. Nel caso di Politico.com, poi, Ma è un partner di rilievo con buoni rapporti anche e soprattutto col partito comunista cinese a Pechino.

Comunque, Politico.com ha deciso di avviare con cautela il debutto asiatico e parte solo con una condivisione di contenuti assieme al *South China Morning Post*. In un secondo momento, se l'alleanza si rivelerà salda, ci saranno progetti in comuni e investimenti congiunti. Tanto per avere un termine di confronto, in Europa Politico è sbarcato invece in jv al 50% con la casa editrice tedesca Axel Springer (che pubblica per esempio *Bild* e *Die Welt*), ha assunto una cinquantina di giornalisti ed è partito subito con una copertura completa dell'attualità da Bruxelles. A proposito della sua edizione europea, hanno fatto sapere da Politico Us, sono stati centrati tutti gli obiettivi di bilancio.



BREVI

Dalla Finanza

WALMART

**Softbank pronta
a uscire da Flipkart**

SoftBank intende vendere la sua quota in Flipkart, l'Amazon indiana di cui il colosso americano del retail Walmart a inizio mese ha preso il controllo aggiudicandosi una quota del 77% in un'operazione da 16 miliardi di dollari. La conglomerata giapponese, tramite Vision Fund, ha una quota di circa il 20% in Flipkart.



Chip. Una transizione nella continuità

Chery: «La mia St punta ancora su auto e Industria 4.0»

DIVERSIFICAZIONE

«Il punto di forza è un mix equilibrato di applicazioni per mercati diversi: il carburo di silicio sarà una tecnologia decisiva»

Pierangelo Soldavini

LONDRA

■ «Solida, competitiva, innovativa»: è questa la Stmicroelectronics che Carlo Bozotti lascia dopo tredici anni, non privi di difficoltà ma anche di soddisfazioni. «Come misento? Dopo 41 anni di fedeltà in quest'azienda, il grande cambiamento è che per me non c'è più la St, non che non sono più il Ceo», commenta seduta di fianco a Jean-Marc Chery, il *chief operating officer* che lo ha accompagnato in quest'ultimo decennio e ora pronto a raccogliere il testimone. Il 31 maggio sarà lui a essere nominato Ceo e presidente del gruppo italo-francese: «La transizione sta avvenendo in maniera molto naturale e anche gli analisti che abbiamo incontrato (a Londra settimana scorsa, ndr) hanno potuto apprezzare che il passaggio avviene senza scossoni, sulla base di una visione concordata». D'altra parte in questi ultimi dieci anni Bozotti e Chery hanno condiviso la trasformazione strategica che ha permesso a St di superare la crisi seguita al collasso di Nokia e Sony Ericsson, quando l'Europa si è ritrovata di colpo senza un'industria dei cellulari e St con 2,7 miliardi di dollari perduti per strada.

Oggi il gruppo italo-francese ha infilato un filotto di sette tri-

mestri consecutivi di crescita a doppia cifra: nei primo tre mesi dell'anno i ricavi sono aumentati del 19,8% a 2,23 miliardi con un utile più che raddoppiato da 108 a 239 milioni di dollari. Oggi lo smartphone vale il 18% del fatturato di St, che ha raggiunto un mix più equilibrato: «Il nostro punto di forza è una strategia di applicazioni diversificata su quattro *end-market*: *automotive*, industria, elettronica personale e comunicazioni. Siamo determinati a essere leader nell'*automotive* e nell'*Industria 4.0* e a giocare un ruolo di primo piano in tutte le componenti con le nostre applicazioni - prosegue Chery, per nulla spaventato dal dover mantenere questi ritmi -: non c'è dubbio che sono i due settori a più forte crescita a livello globale e noi possiamo sfruttare la differenziazione della nostra offerta in termini di portafoglio di tecnologie e soluzioni. Non possiamo dimenticare di essere un'azienda europea e che questi due settori sono i punti di forza dell'industria continentale: sappiamo bene l'importanza di fare sistema».

Automotive e *industria 4.0* rappresentano oggi insieme più della metà del fatturato del gruppo: «Bisogna essere i primi e i migliori: per questo non possiamo smettere di innovare (gli investimenti in R&D salgono nel 2018 a 1,2-1,3 miliardi di dollari, ndr). Questi due mercati ci garantiscono prevedibilità e flessibilità: da qui possiamo partire per sviluppare il piano strategico ma abbiamo bisogno di gran-

di volumi. Che ci potranno essere garantiti dagli altri due mercati, elettronica personale e comunicazioni». Gli smartphone rimangono centrali, sempre giocando con tutti i player e i sistemi operativi, ma all'interno di una strategia equilibrata.

Il mercato industriale significa anche Internet of Things, all'interno del quale l'intelligenza artificiale è uno dei pilastri. L'*automotive* non è costituito solo dalla sensoristica per l'auto che guida da sola, ma comprende anche tutta l'area dell'elettrificazione che diventa sempre più strategica, in vista del superamento dei veicoli a combustione interna entro il 2040: «La gestione smart dell'energia accomuna automobile e industria - sostiene Chery - e noi abbiamo la tecnologia vincente in termini di efficienza: il carburo di silicio, che nelle trasmissioni permette risparmi che noi quantifichiamo in 150 dollari nel ciclo di vita dell'impianto ogni dollaro investito». St è la prima azienda ad avere avviato la produzione di massa del carburo di silicio. E l'unico impianto produttivo è quello di Catania. Anche da qui parte il futuro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I manager alle prese con la sfida digitale

Il digitale è il principale acceleratore del cambiamento e condizionerà in modo determinante l'evoluzione delle imprese e i suoi modelli organizzativi. Lo dice il presidente di Federmanager, Stefano Cuzzilla.

► pagina 18

Industria. Domani l'assemblea di Federmanager

I manager alle prese con la grande sfida del lavoro digitale

Cristina Casadei

«Questo è il tempo del fare», dice il presidente di Federmanager, Stefano Cuzzilla, e «auspichiamo che il nuovo governo si faccia portavoce di questa ragione: ciò che dobbiamo favorire è la qualità dell'azione e, per converso, laddove abbisogni, la qualità dell'anonazione». Alla vigilia dell'assemblea nazionale (si svolgerà domani a Roma) della federazione dei dirigenti dell'industria, Stefano Cuzzilla, richiama tutti, politici, sindacalisti, imprenditori e manager a ragionare sul tema del lavoro, visto in tutte le sue sfaccettature: la demografia, l'innovazione, le competenze, la formazione, la globalizzazione e la funzione della rappresentanza.

L'Italia è il secondo paese più vecchio al mondo, dopo il Giappone. Secondo l'Istat, nel 2045 l'età media della popolazione in attività sfiorerà i 50 anni. Cosa fare? «Innanzitutto non possiamo sostenere la natalità se non sosteniamo il lavoro delle donne», dice Cuzzilla. La demografia ci porta dritti all'altro estremo del tema demografico. «Dobbiamo occuparci dell'inserimento nel mondo produttivo di lavoratori con cronicità, che è un fenomeno strettamente collegato all'invecchiamento, trasformando un potenziale costo in una risorsa».

Il digitale è il principale vettore di accelerazione del cambiamento e il processo di innovazione non è reversibile. «Imprenditori, manager e governi hanno una responsabilità precisa sul modello d'impresa che risulterà dominante nei prossimi anni - osserva Cuzzilla - . Il recupero della dimensione territoriale così intesa nel suo sviluppo orizzontale e diffuso può

costituire una grande occasione per il nostro paese». Certamente, fa notare il presidente di Federmanager «manca del tutto un vero piano del Lavoro 4.0 su cui abbiamo accumulato un ritardo colpevole».

Subito dopo la questione demografica e quella delle competenze dobbiamo preoccuparci della questione dimensionale dell'industria. «I nostri dati confermano che il numero di imprese industriali diminuisce e che a chiudersi sono le aziende più piccole, quelle che non hanno managerialità - dice Cuzzilla -. A fronte di un trend negativo che vede ridursi il numero di manager, il numero medio di dirigenti per azienda industriale è in leggera crescita (4,35 nel 2017 contro il 4,04 del 2011)».

In questo momento i manager hanno una doppia responsabilità: verso se stessi, intraprendendo per primi programmi di aggiornamento professionale, e verso i lavoratori, facendosi promotori di una cultura dell'innovazione per il lavoro e l'azienda. Gli strumenti ci sono e cioè, dice Cuzzilla, «i Fondi interprofessionali che devono assumere maggiore dinamicità e meno vincoli. Il secondo strumento si chiama invece politiche attive». La bilateralità ha dimostrato finora di dare risposte più rapide e più efficaci per la collettività di riferimento, secondo il presidente di Federmanager. Per la rappresentanza, sostiene Cuzzilla, «bisogna immaginare un ruolo sempre più attivo nel coordinare lo sviluppo, nel facilitare la creazione di network di innovazione, nel favorire l'incontro tra domanda e offerta di competenze qualificate».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Al vertice. Stefano Cuzzilla



Infrastrutture, subito un grande piano

Boccia: «Tav, terzo valico e Tap opere essenziali. A rischio la credibilità dell'Italia»

Marzio Bartoloni

■ Le infrastrutture «portano lavoro, democrazia, commercio e crescita». Rinunciarci vuol dire far pagare un prezzo salatissimo all'Italia che rischia «marginalità, isolamento» e soprattutto «una enorme perdita di credibilità». Il presidente Vincenzo Boccia, davanti all'Assemblea di Confindustria chiede al nuovo Governo - che ancora non c'è - di non fare passi indietro sulle grandi opere a partire da quelle «strategiche» come Tav, Terzo valico e Tap finite nel mirino della nuova maggioranza, in particolare quella pentasellata. Perché - sottolinea Boccia - non può passare l'idea «che ad ogni cambio di maggioranza politica si torna indietro». Per questo secondo il presidente di Confindu-

stria - come sull'Ilva - è necessario superare i «blocchi ideologici» e puntare anzi su un «grande piano di infrastrutture» che avrebbe «ovvie ricadute sulla competitività delle nostre imprese e sul turismo». Un piano da realizzare «attraverso un'azione coordinata tra settore privato, istituzioni europee, governo nazionale, regioni ed enti locali». Proprio come nella Tav, che Boccia cita ampiamente nel suo intervento. Perché sulla Torino-Lione ad Alta velocità «l'Italia si è battuta con vigore», ricorda il presidente di Confindustria per assicurarsi che il passaggio «avvenisse al di qua delle Alpi invece che a nord, a Monaco, in Germania». Senza quella infrastruttura ferroviaria - che fa parte del grande corridoio Mediterraneo

transeuropeo e che avvicina l'Italia alla Francia, Roma a Parigi, Milano a Lione - il Paese rischia «credibilità» e «isolamento», insieme, naturalmente, ai fondi miliardari che l'Europa destina per la realizzazione di questa tratta (circa 2,4 miliardi) che il Movimento 5 Stelle considera un'opera «superata».

Invece per Boccia «un'adeguata dotazione d'infrastrutture, materiali e immateriali» può dare peso «alla collocazione geopolitica dell'Italia, trasformando l'apparente posizione defilata in una favorevole centralità» tra Europa e Mediterraneo, «aperta ad est e ovest». Un obiettivo che ora non dobbiamo «irrimediabilmente» rimettere in discussione rinunciando a «scelte strategiche per il nostro futuro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le proposte nella relazione

EUROPA

Patto di stabilità e crescita, principio da «rovesciare»

L'Europa «è imprescindibile». Per Boccia «la discriminante per una Confindustria non protezionistica e che non si vuole chiudere in piccole rendite di posizione, ma vuole affermare che l'Italia vince e avanza con l'Europa e dentro l'Europa». Che va cambiata, si ma dal di dentro. L'Italia «deve far sentire la sua voce a Bruxelles» conquistando «la legittimazione a essere ascoltati» con «la coerenza dei comportamenti». Agire subito sulle questioni urgenti dagli investimenti alle risorse per ricerca innovazione e non, dice Boccia, «su un'inutile battaglia per avere qualche decimale in più di flessibilità». Ma varovesciato il principio del Patto di stabilità e crescita «perché è la crescita che garantisce la stabilità e non il contrario».

DEBITO

Ora responsabilità la politica rassicuri sulla riduzione

Un richiamo al realismo, alla consapevolezza e alla responsabilità. È quello arrivato da Boccia «verso il debito pubblico italiano», che «rimane il nostro nemico»: 2.300 miliardi di euro «che ci costano oggi 63 miliardi all'anno per pagare gli interessi e che domani ci potrebbero costare di più» una volta esaurite le misure di sostegno della Bce. Per questo, avverte Boccia che cita anche la lezione di Guido Carli, occorre una politica che «rassicuri» sulla sua graduale riduzione, creando le precondizioni per la crescita e la creazione di lavoro, vera missione Paese. Questo significa «uscire dalla doppia incertezza: europea e internazionale da una parte, italiana dall'altra».

LAVORO

Meno enfasi sulle pensioni giovani al centro

La missione di oggi «è una sola: si chiama lavoro». È questa la centralità indicata da Boccia. «Ma per creare lavoro abbiamo bisogno che il Paese comprenda fino in fondo l'importanza di avere un'industria forte e competitiva: la vera questione nazionale». Occorre «ricucire lo strappo intergenerazionale, spostando l'attenzione oggi troppo rivolta alle pensioni». Che sono importanti ma «non possiamo scaricarne l'onere sui giovani». Il lavoro, qualificato ed efficiente, è la migliore garanzia di riattivare «quell'ascensore sociale che si è inceppato». E può essere il campo dove sperimentare una tassazione che favorisca, attraverso la defiscalizzazione, i premi legati all'aumento della produttività e l'assunzione dei giovani.



INFRASTRUTTURE

Opere fondamentali per garantire centralità al Paese

Un'adeguata dotazione d'infrastrutture, materiali e immateriali, «può dare significato alla collocazione geo-politica dell'Italia trasformando l'apparente posizione defilata in una favorevole centralità tra Europa e Mediterraneo, aperta ad est e ovest», ha ricordato Boccia. «Una centralità che però rischiamo di perdere irrimediabilmente rimettendo in discussione scelte strategiche per il nostro futuro. A partire dal Terzo Valico, dalla Tav e dal Tap. La tratta Torino-Lione - ha sottolineato - è un pezzo del corridoio Kiev-Lisbona. E l'Italia si è battuta con vigore per assicurarsi che il passaggio avvenisse al di qua delle Alpi invece che a nord, a Monaco, in Germania», ha concluso il presidente di Confindustria.

FISCO

Meno tasse sui fattori di produzione

«Se l'alto debito richiede prudenza nei tagli generalizzati delle imposte», ha detto Boccia, «occorre rendere possibile una minore tassazione sui fattori di produzione, a partire dal lavoro e dall'anomala imposizione di patrimoniali come Imu e Tasi sui fattori produttivi». Il presidente di Confindustria ha parlato della necessità di «una regia chiara, ferma e coerente, che sappia essere immune da manovre volte solo a captare consenso politico e da interventi non sistematici». E sulla lotta all'evasione ha concluso: «Deve essere parte integrante e imprescindibile di un coerente programma di risanamento e di rinascita strutturale dell'economia».

SEMPLIFICAZIONI PA

Rilanciare il processo di ammodernamento

Bisogna rilanciare «il processo di ammodernamento della nostra macchina pubblica, che finora si è fermato alle norme e agli strumenti». Per Boccia, occorre «ora lavorare a un modello nuovo, costruendo una Pubblica Amministrazione che operi per obiettivi e sia in grado di premiare chi li consegue, che valorizzi le competenze dei singoli, mettendole "a rete", e non sia più ancorata all'unico paradigma della legalità formale degli atti e dei processi». Secondo il numero uno di Confindustria, «un Paese più semplice ed efficiente significa allora chiarire, anzitutto, i rapporti tra i diversi livelli di governo, affrontando il problema irrisolto del Titolo V della Costituzione».

TRIBUNALI

Tempi della giustizia freno agli investimenti

«I tempi della giustizia sono un freno agli investimenti», ha detto il presidente di Confindustria. Vincenzo Boccia ha messo in guardia: «Occorre proseguire lungo il sentiero intrapreso, senza passi indietro, come sarebbe se si rimettesse in discussione la riforma della geografia giudiziaria di qualche anno fa». Nel penale, «va superata la logica del sospetto per passare a quella della collaborazione e del bilanciamento tra ragioni del diritto e ragioni dell'economia. Si può fare con una maggiore specializzazione dei magistrati e ripensando ad alcuni eccessi, come l'estensione delle misure di prevenzione ai reati contro la pubblica amministrazione. Le imprese - ha sottolineato - vivono di reputazione e un errore può essere fatale».

IMPRESE

La scommessa è su capitale e innovazione

Siamo «il secondo paese industriale d'Europa nonostante molti deficit di competitività, senza i quali saremmo i primi». Per questo il presidente di Confindustria indica le debolezze su cui occorre lavorare. Le imprese hanno introdotto molte innovazioni digitali, ma resta ancora grande il divario «tra un 20% di imprese eccellenti e un 60% potenzialmente pronte a fare il salto di qualità ma ancora in una fase di transizione». Agli imprenditori la sfida del cambiamento «accettando di aprire il capitale, di assumere competenze innovative, di rischiare». Alla politica quella di individuare «i meccanismi di accelerazione» dei cambiamenti, per consolidare Impresa 4.0 «puntando su un concetto largo di industria».

TLC

Parte la corsa al 5G: l'Agcom pubblica il regolamento di gara

Andrea Biondi e Carmine Fotina ▶ pagina 35

Tlc. Sistema di asta simultanea su tutte le bande disponibili per evitare offerte artificiali

Parte la corsa al 5G italiano: ecco il regolamento Agcom

Con il bando Mise lo Stato si attende entrate per 2,5 miliardi

IL COMMISSARIO NICITA

«Tutti possono concorrere e la concorrenza seleziona, purché sia salvaguardato il valore di mercato di risorse pubbliche limitate»

**Andrea Biondi
Carmine Fotina**

Parte ufficialmente la corsa al 5G italiano. L'Authority per le comunicazioni (Agcom) ha pubblicato il regolamento relativo alle frequenze, sulla cui base il ministero dello Sviluppo economico elaborerà, come da legge di Bilancio, la gara da concludersi entro settembre. Sarà il primo impegnativo test nel settore delle tlc per il nuovo governo. Con impatti significativi sulle finanze pubbliche: dall'assegnazione lo Stato si aspetta entrate per almeno 2,5 miliardi di euro, di cui la metà già nel 2018. Sono tre le bande interessate: supporteranno servizi innovativi che vanno dalle auto senza guidatore all'e-health all'arealtà aumentata a servizio del turismo. Servizi molto importanti grazie a una tecnologia che dovrebbe consentire una velocità di 20 Gigabit al secondo in download e tempi di latenza nell'ordine dei millisecondi.

L'Agcom ha scelto un sistema di asta simultanea, cioè unitaria per tutte le bande disponibili, per evitare offerte artificiali volte ad aumentare i costi dei concorrenti. Si procederà con il meccanismo dei round multipli simultanei ascendenti, fatta eccezione per il lotto riservato nei 700 Mhz.

La delibera - relatori i commissari Antonio Nicita e Francesco Posteraro - prevede nella banda 3,6-3,8 Ghz due lotti da 80 Mhz e due lotti da 20 Mhz con un tetto fissato a 100 Mhz (si veda Il Sole 24 Ore del 20 maggio).

Per la banda 700 Mhz - che sarà disponibile solo a metà 2022, quando sarà liberata dai broadcaster - sono previsti 6 blocchi da 5 Mhz accoppiati. Questa banda è considerata particolarmente pregiata (un po' come la banda 800 nell'ultima gara per il 4G) da parte degli operatori, trattandosi di una frequenza bassa che ha un raggio di copertura molto lungo e che dovrebbe rivelarsi per questo motivo molto utilizzata per la copertura del territorio e di quei paesini e siti remoti la cui copertura può risultare particolarmente difficile. Contemporaneamente la frequenza 700 serve molto in ambito urbano perché riesce meglio a "bucare" i muri. In questa banda l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha previsto una riserva a favore di nuovo entrante di un lotto di gara composto da due blocchi.

Quanto alla banda 26,5-27,5 Ghz, la più adatta a garantire velocità elevate, si punta a un modello di sharing: ciascun aggiudicatario di un lotto può usare le frequenze di tutti gli altri lotti nel caso in cui non siano impiegati dagli altri aggiudicatari.

La durata dei diritti d'uso viene allineata, per tutte le bande, fino al 31 dicembre 2037. Il commissario Nicita sottolinea in particolare

«la scelta di riservare 2 lotti su 6 nella banda 700 a un soggetto nuovo entrante nel mercato mobile che non possiede frequenze, oppure all'operatore remedy taker della fusione fra Wind e 3 Italia (Iliad, ndr.)» Dal punto di vista infrastrutturale, aggiunge, «abbiamo puntato sulla banda 3,6-3,8. Chiunque può raggiungere il cap da 100 Mhz nella banda, inclusi operatori che usufruiranno della proroga nella porzione 3,4-3,6, a condizione che poi, al 2023, restituiscano le risorse in eccesso».

Fissati anche gli obblighi di utilizzo e copertura. Nel caso dei 3,6-3,8 Ghz, nei piccoli Comuni in chiave "anti digital divide" ci saranno vincoli di copertura complementari a quelli del Piano banda ultralarga. Entro 24 mesi dal rilascio o dalla disponibilità delle frequenze le compagnie devono installare la rete (36 mesi nel caso dei 700 Mhz e 48 mesi per i 26 Ghz).

Nessun commento ieri da parte degli operatori, impegnati a questo punto a verificare nel dettaglio le condizioni poste dall'Autorità. Nei giorni scorsi qualcuno aveva evidenziato la possibilità di



un'asimmetria con la concentrazione nelle mani degli operatori più forti, nella banda 3,6-3,8 visti i due lotti da 80 e i due da 20. Su questo punto però il commissario Nicita è tranchant: «Non esistono "operatori più forti" in un'asta competitiva aperta in cui la leva principale è la concorrenza per il mercato nell'allocazione di risorse scarse, né che il meccanismo concorrenziale sia garantito dalla mera numerosità di operatori, data la scarsità delle risorse da allocare in modo ottimale. Tutti possono concorrere e la concorrenza seleziona, purché sia salvaguardato il valore di mercato di risorse pubbliche limitate, le quali determinano la scala minima efficiente d'entrata sui relativi mercati».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tim

Accelera sulla rete 5G nello Stato di San Marino

■ Tim accelera sul 5G e sceglie lo Stato di San Marino per il lancio delle prime applicazioni abilitate dalla nuova tecnologia e del primo terminale mobile di test 5G mmWave, basato sul modem 5G Snapdragon X50 realizzato da Qualcomm Technologies. Dando seguito al Memorandum of Understanding siglato da Tim con San Marino lo scorso anno, la sperimentazione del 5G è entrata nella fase operativa grazie alla definizione del piano di adeguamento della rete mobile.



PARTERRE

Niel riorganizza la quota nella «catena» di Iliad

Xavier Niel, il fondatore e azionista di controllo di Iliad ha riorganizzato la sua quota, trasferendola quasi in toto a una nuova holding personale. Niel è sceso il 15 maggio scorso all'1,05% del capitale e al 2,02% dei diritti di voto di Iliad e contestualmente la società HoldCo ha comunicato di essere salita al 50,2% del capitale e al 48,02% dei diritti di voto di Iliad, per effetto dell'apporto delle relative azioni da parte di Niel, che controlla la holding al 100%. Niel ha anche comunicato di essere sceso al di sotto della soglia dei due terzi dei diritti di voto di Iliad, tramite le sue due controllate HoldCo e NJJ Holding. Ora Niel detiene complessivamente il 52,21% del capitale e il 50,96% dei diritti di voto di Iliad. Alla Borsa di Parigi il titolo Iliad ha messo a segno un rialzo del 2,72% a 145,40 euro, dopo avere aveva guadagnato oltre il 7% martedì sulla spinta delle dichiarazioni del presidente dell'Arcep, l'autorità di regolamentazione del settore delle tlc, che aprono la porta al consolidamento tra operatori. (R.Fi.)



Tlc e guerre doganali

Zte stima perdite a 3,1 miliardi \$ per i dazi Usa

Il gigante cinese della telefonia Zte stima in almeno 20 miliardi di yuan (3,1 miliardi di dollari) le perdite causate dal divieto all'acquisto di chip e altri pezzi tecnologici Usa deciso dal Dipartimento del Commercio americano ad aprile. Il gruppo cinese, le cui azioni sono sospese da oltre un mese in Borsa, è tuttavia fiducioso nella svolta grazie ai segnali positivi che vengono da Washington.

