

Rassegna del 24/06/2019

Stampa	25	Con Libra adesso Facebook sfida le banche centrali	<i>Lepri Stefano</i>	1
L'Economia del Corriere della Sera	23	David Marcus, il papà di Libra (che è utile a Facebook) - Il social dei soldi? L'ha inventato Marcus	<i>Cometto Maria_Teresa</i>	2
Repubblica Affari&Finanza	1	Radar - Se la Libra Reserve supera Fed e Bce - Se la Libra Reserve diventa più potente di Fed e Bce	<i>Giannini Massimo</i>	5
L'Economia del Corriere della Sera	55	Se non c'è contatto, il contante cala	<i>Petrucciani Gabriele</i>	7
L'Economia del Corriere della Sera	54	Nexi ai negozi: più cassa (smart)	<i>Puato Alessandra</i>	9
L'Economia del Corriere della Sera	28	Sussurri & Grida - Tutti da Nagel per due giorni Geertman ridisegna Ubi	<i>Righi Stefano</i>	10
L'Economia del Corriere del Mezzogiorno	11	Pagavamo con moneta sonante	<i>Filocamo Fabio</i>	13
Giornale Miaeconomia	24	Tra i big Usa parte la sfida Pay Ma anche l'Italia gioca la partita	<i>Conti Camilla</i>	14
Giornale Miaeconomia	22	Ma nel Belpaese per il contante è ancora amore	<i>Signorini Antonio</i>	15
Giornale Miaeconomia	21	La prima carta di credito non si scorda mai: ecco come scegliere quella più giusta per i nostri figli	<i>Zacché Marcello</i>	16
Giornale Miaeconomia	22	Dimmi che ragazzo sei e ti darò la tua carta	<i>Conti Camilla</i>	17
Giornale Miaeconomia	23	Il caso N26 scalda già 300mila italiani	<i>CC</i>	20
Italia Oggi Sette	18	In breve - I pagamenti digitali inquinano meno	<i>...</i>	21
Stampa Tuttosoldi	21	Alte commissioni per i prelievi all'estero Fintech e conti on line possono ridurle	<i>Goria Fabrizio</i>	22
Sole 24 Ore	1	L'analisi - Lotta all'evasione online ma sempre più adempimenti - La lotta all'evasione viaggia online ma aumentano gli adempimenti	<i>Padula Salvatore</i>	23
Messaggero	5	Authority il Carroccio punta all'Agcom, i 5Stelle alla Privacy	<i>...</i>	24
L'Economia del Corriere della Sera	26	La tv di Cupertino si accende con il cellulare	<i>m.ga.</i>	25
L'Economia del Corriere della Sera	27	Il web fa volare le hit E Spotify scarica tutti	<i>Sottocorona Chiara</i>	26
Repubblica Affari&Finanza	32	Intervista a Vittorio Bonori - "La pubblicità cresce online e ovunque tranne in Italia"	<i>Occorsio Eugenio</i>	28
Repubblica Affari&Finanza	15	Perché Coca Cola e Netflix hanno una rete Lgbt	<i>Neuhaus Elisabeth</i>	31
L'Economia del Corriere della Sera	11	Il welfare che porta sviluppo	<i>Moratti Letizia</i>	32
Sole 24 Ore .professioni	14	Intervista a Stefania Radoccia - «Più tecnologia e innovazione per crescere»	<i>Maglione Valentina</i>	33
L'Economia del Corriere della Sera	54	Il certificato per lo spazio	<i>Ga.Petr.</i>	36
Foglio	1	Intervista a Margrethe Vestager - Margrethe Vestager e la voglia di farci amare di nuovo l'Europa. Intervista - Vestager e il rinascimento europeo	<i>Cau Eugenio</i>	37
Giorno - Carlino - Nazione Economia&Lavoro	5	Intervista ad Andrea Sommariva - Space Economy pronta al decollo «Una rivoluzione. Ed è solo l'inizio» - Dal turismo alla banda larga satellitare «Una rivoluzione. E siamo solo all'inizio»	<i>Comelli Elena</i>	47
Repubblica Affari&Finanza	14	Il commento - La vera manovra è la rivoluzione digitale	<i>Boccardelli Paolo</i>	49
L'Economia del Corriere della Sera	15	Palermo in cabina Cdp rilancia due fondi per i piccoli Ma per il tech mancano 800 milioni	<i>Polizzi Daniela - Puato Alessandra</i>	50

CON LIBRA ADESSO FACEBOOK SFIDA LE BANCHE CENTRALI

**IL NUOVO SISTEMA
DI PAGAMENTO
PUÒ TRASFORMARE
IL SOCIAL NETWORK
IN ISTITUTO DI EMISSIONE**
STEFANO LEPRI

Facebook sfida il mondo: Libra, il suo nuovo sistema di pagamento annunciato, potrebbe trasformarla nella più grande banca multinazionale. Anzi, forse, in una specie di banca centrale, con una propria moneta. Questo non ha nulla a che fare con i servizi offerti finora ai suoi 2,4 miliardi di utenti (tra cui un italiano su 2). Prova solo la potenza che può avere uno dei nuovi monopoli.

Oltre a Facebook-WhatsApp-Instagram, anche Google-Youtube e Twitter paiono impossibili da sfidare perché una piattaforma di scambio unica è più comoda per tutti. Con altri giganti internet dominanti sui loro mercati, tipo Amazon e Netflix, competere è molto difficile. Prive di rivali, queste aziende accumulano profitti smisurati, quasi da non sapere come usarli.

Si può impedirgli di crescere in altri settori, squilibrando ancor più l'economia mondiale? Libra (a cui partecipa anche PayPal) non sarà certo gradito alle grandi banche. Ma soprattutto pone problemi enormi ai governi, alle banche centrali, al Fmi e a tutte le autorità di controllo sulla finanza. I timori della Banca d'Italia, di cui riferiamo oggi, sono largamente condivisi.

Rispondere a esigenze che la gente del mondo davvero ha, come trasferire soldi da Paese a Paese senza pagare commissioni esose, o fare pagamenti rapidi se non si ha un conto in banca, è importante. Però non si può affidare a un monopolio privato quello che si configura – nelle parole del governatore della Banca d'Inghilterra Mark Carney – come un «bene pubblico globale».

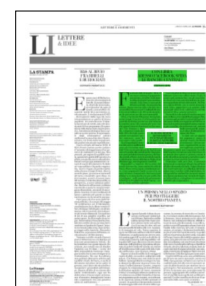
A noi cittadini dei Paesi avanzati presumibilmente Libra non offrirà molto di più di quanto già possiamo fare con gli smartphone. Il suo successo sarà determinato da quanto si espanderà nel resto del mondo. Nei Paesi a valuta debole, pur se senza interessi i conti Libra, agganciati a un paniere delle principali valute forti, validi sui circuiti Mastercard e Visa, saranno attraenti.

Da secoli si sa che anche le banche sane possono crollare se una crisi di fiducia spinge i clienti a correre agli sportelli. Facebook offre per evitare questo rischio una copertura al 100% in valuta; ma le autorità mondiali dovranno cooperare per controllare che sia davvero così, cosa non facile specie perché, appunto, le valute di riferimento saranno più d'una.

In ogni caso un gigante dei pagamenti, capace di spostare risorse tra diversi investimenti e diverse monete, acquisterebbe un potere sugli Stati; potrebbe influenzare in modo non trasparente le scelte delle banche centrali sui tassi di interesse. In un mondo dove spesso si protesta contro le scelte di politica monetaria, metterle in parte in mano a privati sarebbe devastante.

Comunque vada per Libra, si annuncia un'epoca in cui spostare denaro da un Paese all'altro diventerà più facile. Valga di lezione per i nostri anti-euro: se si illudono di intrappolare entro i confini i soldi degli italiani, costringendoli a cambiarli in una nuova moneta svalutata da manovrare secondo le esigenze della politica, si sbagliano. In un modo o nell'altro gli scapperanno. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



**IL PERSONAGGIO
DAVID MARCUS,
IL PAPÀ DI LIBRA
(CHE È UTILE
A FACEBOOK)**di **Maria Teresa Cometto** 23

IL SOCIAL DEI SOLDI? L'HA INVENTATO MARCUS

Reclutato da Zuckerberg nel 2014, l'ex capo di PayPal è l'artefice di Libra, la criptomoneta su cui Facebook scommette tutto. Per riguadagnarsi la fiducia degli utenti e tornare a macinare profitti

Con Messenger ha fatto miracoli. Per il nuovo progetto ha lavorato un anno in un luogo segreto con ingegneri, politici ed economisti

di **Maria Teresa Cometto**

«**P**er guadagnare la fiducia della gente dobbiamo impegnarci fortemente sulla privacy, e se le persone non si fidano di noi potranno usare gli altri portafogli digitali disponibili: ci sarà molta competizione». È questa la rassicurazione che ha dato agli utenti David Marcus, il responsabile di Calibra, la nuova società creata da Facebook per lanciare e gestire la criptomoneta Libra. Reduce dagli scandali per l'uso improprio dei dati di milioni di amici, il network di Mark Zuckerberg ha ovviamente come primo problema quello di convincere il pubblico che i dati social saranno rigorosamente separati da quelli finanziari comunicati da chi accetterà di usare Libra per effettuare pagamenti o trasferimenti di denaro con una app, come se i soldi fossero foto o messaggi. «Non saremo noi a governare il network che gestirà Libra», ha sottolineato Marcus. Fino a oggi sono già infatti 27 (ma l'obiettivo è portarli a cento), da Visa a PayPal, da eBay a Uber, i partner raccolti intorno al progetto nel consorzio basato a Ginevra, in Svizzera, che produrrà Libra garantendo il suo valore con un paniere

di valute e titoli sicuri e la distribuirà sul mercato.

Vita da startupper

Zuckerberg ha reclutato Marcus cinque anni fa, quando era presidente di PayPal, dandogli l'incarico di sviluppare la app Messenger; poi nel maggio 2018 gli ha affidato la guida del progetto della criptomoneta. La stessa idea di Libra appartiene a Marcus. Sembra sia stato proprio lui, alla fine del 2017 — secondo quanto riporta il giornale americano *Wired* — a mandare un messaggio a Zuckerberg per suggerirgli di creare la «Internet dei soldi», aggiungendo che lui sapeva come farlo e come vincere lo scetticismo dei critici di Facebook. Il curriculum di Marcus spiega poi perché Zuckerberg gli ha dato retta: è un cittadino del mondo, appassionato di tecnologia fin dalla più tenera età, con un forte spirito imprenditoriale, l'ambizione di inventare nuovi prodotti e una ricca esperienza nei sistemi di pagamento.

Nato 46 anni fa a Parigi, Marcus è figlio di un banchiere rumeno, la madre è iraniana. A otto anni ha imparato da solo il linguaggio di base per programmare i computer. È cresciuto a Gi-



nevra, dove la famiglia si era trasferita. Il suo primo business, da adolescente, è stato comprare e vendere orologi Swatch. Come Zuckerberg, non si è laureato: aveva iniziato a studiare all'università di Ginevra, ma l'ha abbandonata per fondare la sua prima startup tecnologica, nel 1996: Gtn, società telecom svizzera, diventata presto una delle maggiori del Paese e comprata poi da World access.

Nel 2000 ha fondato Echovox, un servizio di monetizzazione di contenuti e di messaggi sul telefonino usato fra l'altro per votare per spettacoli tv come l'inglese *Pop idol*. Una svolta decisiva Marcus l'ha compiuta andando a vivere nella Silicon valley. Era il 2008. «Ho sempre creduto che se vuoi avere un grande impatto con le tue idee devi venire qui», ha detto, sottolineando come in Europa sia più difficile trovare finanziamenti di venture capital e superare la burocrazia.

A Palo Alto Marcus ha fondato Zong, un fornitore di pagamenti mobili comprato per 240 milioni di dollari da eBay nel 2011, quando PayPal faceva ancora parte di eBay. Da allora fino al 2014, quando è passato a Facebook, Marcus ha lavorato per PayPal, alle sue dipendenze aveva 15 mila persone.

Con lui Messenger è diventata una app indipendente e in soli 15 mesi ha visto crescere da 300 a 700 milioni gli utenti attivi mensili, e ha cominciato a venir usata anche dalle aziende per dialogare con i clienti attraverso un'assistente virtuale.

Incaricato da Zuckerberg di sviluppare il progetto Libra, Marcus ha reclutato una squadra dei migliori ingegneri dentro Facebook e li ha fatti lavorare in un angolo segreto del campus aziendale, infine ha scelto come collaboratori anche

economisti e politici.


Equilibri

In un primo tempo ha cercato anche di acquisire startup specializzate sulla tecnologia blockchain come Algorand, creata dall'italiano Silvio Micali, massimo esperto mondiale di blockchain, premiato con il Turing, il Nobel dell'informatica, e docente al Massachusetts institute of technology. Ma le trattative non sono andate in porto, secondo il *Financial times*, per disaccordi su quanto controllo Facebook avrebbe esercitato e quanto decentralizzata sarebbe stata Libra. Così Marcus ha sviluppato una tecnologia diversa, che prevede il controllo sulle transazioni — quelle registrate sul libro mastro virtuale online — solo ai membri del consorzio svizzero di Libra. E per evitare accuse di manipolazioni o strumentalizzazioni, ha stabilito che Facebook avrà gli stessi diritti e poteri degli altri partner.

Intanto Calibra ha già creato un portafoglio virtuale che funzionerà ome una app sia autonomamente sia dentro Messenger e WhatsApp, a partire dal 2020. È da lì che dovrebbe nascere una nuova fonte di fatturato e profitti per Facebook, che ha quasi esaurito la possibilità di conquistare nuovi amici oltre gli attuali 2,4 miliardi e di far leva sui loro profili per vendere pubblicità. «Questa è la sfida di gran lunga più difficile e intellettualmente più stimolante che abbia mai avuto in vita mia», ha detto Marcus.

Hill Ferguson, suo ex collega a Zong e PayPal, lo definisce «una brava persona».

Resta da vedere se riuscirà a convincere la gente ad affidare a una controllata di Facebook anche soldi, oltre alle foto di gatti e bebè.

 @mtcometto

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

2,4

miliardi

gli amici di Facebook oggi. Circa 1,56 miliardi si collega al social ogni giorno

27

Le grandi aziende a oggi riunite nel progetto Libra, dovrebbero raggiungere le cento entro il 2020

1

Miliardo

potenziali utenti di Libra, persone senza conto in banca ma che utilizzano lo smartphone





La mente

David Marcus ha lavorato per PayPal prima di approdare a Facebook dove ha sviluppato la criptomoneta Libra

Radar



MASSIMO GIANNINI

SE LA LIBRA RESERVE SUPERA FED E BCE

SE LA LIBRA RESERVE DIVENTA PIÙ POTENTE DI FED E BCE

Mentre nel pollaio italiano due galletti gialloverdi e quattro capponi di Renzo si azzuffano sui Mini-Bot, negli Usa c'è un brillante ragazotto di 35 anni che ha appena annunciato la nascita della vera moneta parallela, destinata a far vacillare il duopolio dollaro-euro. Mark Zuckerberg lancia Libra, la cripto-valuta virtuale che da gennaio 2020 regolerà transazioni e pagamenti su Facebook, per una platea potenziale di 2,4 miliardi di utenti. Questa è roba seria, non i soldi finti del Monopoli con cui si diverte a giocare la premiata ditta Borghi&Bagnai. Lo ha detto lo stesso Zuckerberg: Libra non vuole essere solo una banale alternativa al bitcoin ma punta a diventare a tutti gli effetti una valuta internazionale.

E ci può riuscire davvero. Grazie all'adesione al consorzio di colossi della moneta elettronica come Visa, MasterCard o Paypal e di giganti della web-economy come Uber, Ebay o Spotify. Ma grazie anche al fatto che Libra accumulerà e conserverà in una sua "banca centrale" miliardi di riserve valutarie e collaterali in dollari e/o in euro agganciati alla nuova moneta. Libra Reserve, cioè, potrebbe avere presto più ricchezza di quella che la Fed e la Bce custodiscono nei rispettivi caveau sotto forma di lingotti d'oro. Prospettiva affascinante, ma purtroppo inquietante. Chi controllerà questo universo parallelo? C'è un profilo di privacy: un'altra spaventosa mole di dati su cosa comprano e cosa consumano



miliardi di utenti dei social, nelle mani di un “over the top” che ha ormai più potere di un governo. C’è un profilo di sicurezza: le criptovalute sono da tempo un terreno fertile coltivato dalle mafie per fare affari loschi e riciclare denari sporchi. Ma per ora non c’è una sola autorità, nazionale o sovranazionale, che osi fare domande e sollecitare risposte. È inutile illudersi che lo faccia la politica, come sempre preoccupata delle prossime elezioni e mai delle prossime generazioni. Dunque è il caso che si muovano al più presto Jerome Powell e Mario Draghi. Nell’attesa, cara Libra, non avrai il mio “like”.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Se non c'è contatto, il contante cala

L'Italia è pronta alla svolta, dice Mastercard: «Saranno digitali 4 transazioni su dieci». Grazie al contactless

di **Gabriele Petrucciani**

Sarà un'Italia sempre più dipendente dalla carta. Quella contactless. Non ha dubbi Michele Centemero, country manager di Mastercard Italia: «Il Paese è pronto a fare il grande salto. Tutti abbiamo lavorato per far sì che inizi la vera lotta al contante. Oggi il 75% delle transazioni è con denaro sonante, ma a fine 2023 contiamo di scendere al 60%. E se il governo ci seguirà, anche di più. Parliamo di un differenziale del 15% in cinque anni. Sembra poco, ma consideriamo che dal 2008 (l'utilizzo del contante era all'82%, ndr.) a oggi, cioè in 10 anni, abbiamo recuperato solo il 7%».

La spinta

Il principale propulsore alla lotta al contante è il contactless (senza contatto), il sistema che grazie alla tecnologia Nfc (Near field communication, comunicazione in prossimità) permette di fare acquisti semplicemente avvicinando la carta al Pos. Niente più strisciata, quindi, e per le transazioni sotto i 25 euro non serve più neanche inserire il Pin.

Su un miliardo di transazioni effettuate nel 2018 da parte dei possessori di carte, il 57%, cioè 586,7 milioni, sono contactless. La crescita rispetto al 2017 è stata del 111%. «Diversamente dalle forme tradizionali di pagamento che allungano la fase di check-out in cassa, il contactless si consolida sempre più come metodo di pagamento rapido, sicuro e veloce, in grado di semplificare la user experience», puntualizza Centemero. E a crescere è anche il numero delle carte contactless.

Complessivamente, tra Mastercard e Maestro, in Italia si contano 71,8 milioni di carte, di cui il 60% (più di 40 milioni) sfrutta la nuova tecnologia in prossimità. «E sono pronto a scommettere che entro fine anno arriveremo a una diffusione del 70% — dice Centemero —. I dati Mastercard evidenziano che il volume delle transazioni contactless ha registrato in un solo anno un aumento del 95%, passando da 13 a oltre 25 miliardi di euro di volumi nel 2018. Il ticket medio annuo, invece, ammonta a 43,6 euro, con una contrazione

di 3,7 euro rispetto al 2017».

È un mercato che si sta completamente rivoluzionando. Le città sono sempre più smart (intelligenti) e lo stanno diventando anche i cittadini. Ormai si fa tutto con le carte, o addirittura con il telefono: si prende la metropolitana, si paga il caffè, il taxi o si fanno acquisti in generale. «L'esperienza dell'utente è migliorata molto negli anni, ci si è abituati a usare la carta come strumento di pagamento — dice Centemero —. Due anni fa eravamo qui a celebrare la consegna dei pasti del ristorante a domicilio e la condivisione delle biciclette. Oggi si condivide ormai quasi tutto. Nel momento in cui utilizzare la carta diventa più facile, automaticamente vengono meno le barriere architettoniche. E questo mi fa essere molto ottimista sul futuro».

Fino a qualche anno fa, il consumatore era in parte frenato nell'utilizzo della carta di pagamento, perché non si sentiva sicuro. «Ma anche in questo senso le cose sono cambiate e stanno cambiando — nota Centemero —. Si sta facendo tantissimo. Il punto fisico è super presidiato e per l'e-commerce sono stati introdotte diverse misure di sicurezza, a partire dal riconoscimento biometrico. Addirittura, sono state sviluppate soluzioni che analizzano il comportamento e che, per esempio, verificano l'autenticità della persona in base a come impugna il proprio smartphone».

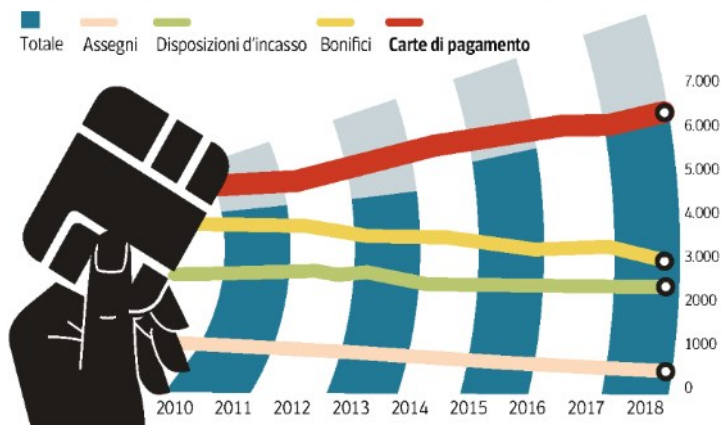
Le transazioni protette

Mastercard, all'Innovation Forum, ha presentato un servizio per proteggere gli acquisti online, studiato con Banca Sella e Mdes. «Tramite un token combinato a un crittogramma specifico legato alla transazione — dice Centemero — fornisce soluzioni di sicurezza, per le transazioni con carte registrate sui siti online, equiparabili a quelle con la carta fisica. Il servizio aiuta i commercianti a ridurre al minimo le transazioni fraudolente e i costi connessi, e a migliorare i tassi di approvazione delle transazioni». Probabilmente le carte fisiche finiranno in soffitta, sostituite dalle virtuali.

RIPRODUZIONE RISERVATA



La forbice Strumenti di pagamento alternativi al contante, milioni di operazioni



Strategie

Michele Centemero, country manager di Mastercard Italia che insieme con Maestro ha 71,8 milioni di carte, di cui 40 milioni contactless

Nexi ai negozi: più cassa (smart)

I Pos intelligenti indicano l'incasso dei concorrenti e a chi fare sconti. Ma pochi esercenti hanno un terminale

di **Alessandra Puato**

Mentre i pagamenti digitali cominciano ad aumentare a pesare anche in Italia (+12% circa nel 2017-2018, dice Nexi, pari al 25% della spesa contro il 20% di tre anni fa) i fornitori di terminali, i Pos, per carte di credito e bancomat propongono ai negozianti macchine ipertecnologiche. Quelli che Nexi, l'ex CartaSi, lancerà questa settimana promettono addirittura di fare il confronto con le vendite della concorrenza. L'istituto guidato dall'amministratore delegato Paolo Bertoluzzo conta anche su questo per aumentare la cerchia dei clienti, ora che l'azienda si è quotata in Borsa (+2% dal prezzo di collocamento del 16 aprile, dati al 20 giugno) e farà ingresso nell'Ftse Mib al posto di Banca Generali (oggi 24 giugno). Soprattutto, a ridosso dell'entrata in vigore della nuova legge. Tempistica perfetta.

La platea

Dal primo luglio gli esercenti con un giro d'affari oltre i 400 mila euro saranno obbligati infatti alla trasmissione telematica di ricevute e scontrini e dovranno sostituire, o aggiornare, la cassa a registratore telematico entro fine anno. Si calcola siano 352 mila. Per gli altri, che sono 1,748 milioni, dice Nexi, le regole scattano da gennaio. Logico che parta la corsa delle paytech per rifornire i negozianti delle nuove casse, orientate alla riduzione del contante.

Quella che l'ex CartaSi presenterà si chiama Nexi Smart Box Cassa (connessione wi-fi e mobile fino a 4G, gestione digitale delle ricevute, si affianca al dispositivo mobile smartPos mini) e si paga a canone: 55 euro al mese il prezzo suggerito (è la banca dell'esercente poi a decidere). «Tanto? No, comprende il canone per il Pos, l'assistenza fiscale e informatica, il software di cassa — dice Enrico Trovati, direttore Merchant services & Solutions di Nexi (890 mila negozianti clienti) -. Conveniente per un negoziante medio, se non ha fatto investimenti recenti».

La novità? «In un solo dispositivo c'è tutto. Il negoziante vede la somma incassata nel periodo di riferimento, ha la statistica storica e la media dei concorrenti». Chi ha una pizzeria a Napoli, per esempio, si vede la media degli incassi dei pizzaioli sotto il Vesuvio. Così può decidere come aumentare le vendite, se fare sconti e a chi, visto che una funzione che registra quanti clienti sono nuovi e quanti no. «Dalla logica contabile si passa a una gestione d'impresa», dice Trovati. Restano da convincere i negozianti, che spesso non hanno il Pos benché sia obbligatorio. «C'è ancora un 25-30% di esercenti così — ammette Trovati —. Ma il mondo di professionisti e artigiani sta diventando sempre più attento agli incassi elettronici, che riducono i rischi di credito. Inoltre sta crescendo il pagamento per via elettronica alla pubblica amministrazione con il servizio PagoPa».



Borsa Paolo Bertoluzzo, amministratore delegato di Nexi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sussurri & Grida

DENTRO E FUORI IL LISTINO DI PIAZZA AFFARI

TUTTI DA NAGEL PER DUE GIORNI

GEERTMAN

RIDISEGNA UBI

Mediobanca diventa l'hub degli amministratori delegati: da Generali a Unicredit. Da lunedì 1 luglio cambiano le responsabilità all'interno della rete di Ubi. Renato Ugo lascia la presidenza dei ricercatori industriali dopo trentacinque anni

a cura
di **Stefano Righi**
srighi@corriere.it

La data viene annunciata con un anno di anticipo: non si può mancare. Domani e dopo, martedì 25 e mercoledì 26 giugno il chiostro e le sale di Mediobanca ospiteranno l'edizione 2019 della *Italian ceo conference*. Due giorni di *round table* e *meeting one-to-one* che quest'anno sono raddoppiati visto che Mediobanca ha dato vita alla *Mid-Cap conference* (che si tiene a gennaio) per garantire anche alle società di media dimensione un confronto con gli investitori internazionali. La prima giornata della *conference*, aperta dal padrone di casa Alberto Nagel, sarà dedicata al settore finanziario con gli interventi del *ceo* di Assicurazioni Generali, Philippe Donnet, del *ceo* di Unicredit, Jean Pierre Mustier e del *cto* di Intesa Sanpaolo Stefano Del Punta, ma ci sarà anche un intervento istituzionale che per la prima volta vedrà la partecipazione di un governo straniero rappresentato da Jörg Kukies, vice ministro delle finanze tedesco. Le *utilities* saranno il tema della mattina della seconda giornata: aprirà Stefano Besseghini, presidente di Arera (Autorità di regolazione per energia,

reti e ambiente), seguito da una tavola rotonda con i *ceo* delle *utilities* locali - Stefano Venier (Hera), Valerio Cameraano (A2A), Paolo Gallo (Italgas) e Massimiliano Bianco (Iren) - per poi chiudere con Alberto De Paoli, *cto* di Enel. Il pomeriggio si focalizzerà sulle telecomunicazioni con l'intervento del *ceo* di Telecom Italia Luigi Gubitosi e, a seguire, la tavola rotonda con i *ceo* delle società delle torri: Tobias Martinez (Cellnex), Giovanni Ferrigo (Inwit) e Aldo Mancino (Rai Way). A moderare gli interventi il team di analisti di Mediobanca Securities guidato da Andrea Filtri e Javier Suarez.

Giro di valzer in Ubi

Cambia la geografia interna a Ubi. Nella riunione del cda del 12 giugno il vice direttore generale e *chief commercial officer* Frederik Geertman ha ridisegnato la mappa interna al gruppo. Il giro dei vertici, operativo dal 1° luglio, impatterà su 830 dei 1.614 sportelli e 1,8 milioni di clienti su un totale di circa 4,1 milioni. I cambiamenti riguarderanno anche la divisione Ubi Comunità, che passerà sotto la responsabilità di Riccardo Tramezzani. Vincenzo Algeri, che l'ha diretta dalla costituzione a oggi, assume l'incarico di responsa-



bile del controllo di gestione di gruppo. Tramezzani a sua volta cede la direzione di Milano ed Emilia-Romagna a Stefano Vittorio Kuhn, attualmente a capo di Brescia e Nordest e in passato già direttore generale del Banco di Brescia. A guidare le attività che da Brescia si estendono al Nordest arriverà Marco Franco Nava, che lascia la direzione del Nord Ovest ad Andrea Perusin il quale a oggi è responsabile della direzione territoriale di Pavia. Ritorna nel perimetro più tradizionale di Ubi anche Cristian Fumagalli, da Iw Bank: sarà il nuovo responsabile di Lazio, Toscana e Umbria al posto di Silvano Manella che andrà in pensione.

Andrea Bairati all'Airi

Andrea Bairati è il nuovo presidente dell'Airi, l'associazione italiana per la ricerca industriale. Sostituisce al vertice dell'associazione Renato Ugo, che l'ha guidata ininterrottamente dal 1984 a venerdì scorso, attraverso un percorso che, partito dalla Montedison, è arrivato a Big Data. Bairati, classe 1961, formazione universitaria in campo biochimico con tesi in ingegneria genetica, ha poi fatto studi economici e sui sistemi complessi. È stato direttore d'area di Confindustria per l'education, la ricerca e l'innovazione e assessore all'industria ricerca e innovazione della Regione Piemonte. Bairati è il terzo presidente di Airi, dopo Arnaldo Maria Angelini (1974-1983) e Ugo.

SocGén accorcia le catene

Le catene di famiglia non vanno più di moda a Piazza Affari: un paio di mesi fa sono stati i De Benedetti ad annunciare la fusione Cir-Cofide. Pochi giorni fa è stato il turno della famiglia Gavio che ha comunicato la fusione tra la holding Astm e la controllata Sias, attraverso un'opa sul 5% di Sias. L'obiettivo è creare una «One Company» nella costruzione e gestione delle autostrade in concessione che possa scalare il listino di piazza Affari per liquidità e capitalizzazione. L'accorciamento serve anche per ridurre i costi e avere un miglior accesso al *cash flow* delle società operative e - perché no - al mercato dei capitali - visto che, sono previste «operazioni di rafforzamento del capitale alla luce del nuovo piano strategico» successivo alla fusione. Obiettivi analoghi anche per l'accorciamento tramite fusione della catena dei De Benedetti: aumentare flottante e liquidità e ridurre costi operativi attraverso la fusione di Cir in Cofide, che poi cambierà nome in Cir, in cui la Fratelli DeBenedetti deterrà il 29,8% del capitale ordinario e il 44,8% del capitale votante. L'offerta si concluderà entro l'anno e in entrambi i casi potrebbe avere impatto sulla composizione del Ftse Mib. Altro

aspetto in comune di entrambe le operazioni è che sono state seguite in qualità di *advisor* finanziario dal team di Société Générale, guidata da Alessandro Gumier, che per l'M&A ha recentemente chiamato da Bank of America Merrill Lynch, da cui proviene lo stesso Gumier, Mirko Papa, affiancato, per Sias, da Michele Losio e Michele Martini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ricerca Industriale
Andrea Bairati, neo presidente dell'Airi, l'associazione Italiana per la Ricerca Industriale

Piazzetta Cuccia
Alberto Nagel
Amministratore
delegato di Mediobanca



Spostamenti
Frederik Geertman,
a capo della rete
del gruppo Ubi

L'analisi

Pagavamo con moneta sonante

a cura di **Fabio Filocamo**
info@filocamo.eu

L'uomo ha reinventato la ruota tante volte. L'ha rifatta in forme e materiali diversi, fino a renderla invisibile coi sistemi di trasporto a levitazione magnetica. Accade questo anche con le monete, tecnologia inventata dagli antichi per consentire alle persone di remunerare la fatica e acquistare beni primari. Punto di arrivo e di progresso per l'uomo, per cui gli scambi non ebbero più a fondarsi sul baratto. Storicamente, la moneta si immagina come disco metallico, forgiato in dimensioni e metalli vari, secondo conio e valore. Poi vennero banconote e conti di deposito. Era la prima volta che veniva smaterializzata e non sarebbe stata l'ultima. Per quanto incredibile, le criptovalute costituiscono un ritorno alle origini: monete come il talento erano già virtuali, più unità di conto e valore che non mezzi di pagamento. Nessuno o quasi paga ancora con bitcoin. Si usa buon vecchio denaro, punzonato e garantito da Stati e autorità centrali. Magari non suona, se la transazione è elettronica, ma è comodo e sicuro. Più di criptovalute o

monete scritturali, potrà forse fare Libra, la nuova creatura di Facebook e soci di ventura: denaro mobile e mezzo di pagamento che, dal 2020, potrà utilizzarsi per fare acquisti in rete, ma anche per pagare beni e servizi di partner come Uber e Lyft. Giusto ricordare, come fa Zuckerberg: ci sono quasi due miliardi di persone senza un conto in banca, ma più della metà ha uno smartphone in tasca. Numeri e motivi per cui il Kenya ha avuto il primato mondiale dei pagamenti da apparato mobile. Libra sarà ciò che furono schede e gettoni telefonici per chiamare casa. Esistono intanto altri servizi come Apple Pay, incentivati dal legislatore Ue con l'introduzione, nel 2018, della direttiva PSD2. Le banche devono tremare? Dipende da quel che sapranno fare e quando. Da anni, a Jackson Hole e Basilea, si parla di valuta corrente digitale, controllata (e garantita, notarsi bene) dalle banche centrali. Allora, non bisogna avere una paura irrazionale per le novità. Semmai, e sarebbe un bene, un fondato timore di rimanere indietro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tra i big Usa parte la sfida Pay Ma anche l'Italia gioca la partita

*Satispay in campo con transazioni gratuite sotto i 10 euro
E si scalda EnelX. Come funzionano i concorrenti*

SOCIAL

A chi scarica CirclePay basta avere la chat per scambiarsi denaro

Camilla Conti

■ I pagamenti contactless, online, mobile e i wallet stanno decollando. Parliamo dei servizi offerti da PayPal, Applepay e SatisPay. Il più famoso, anche perché ha fatto da apripista, è PayPal che permette transazioni di denaro online senza comunicare i dati della propria carta di credito o del proprio conto corrente bancario. L'apertura del conto è gratuita. È gratuito anche l'invio di denaro per l'acquisto di beni o servizi. Ed è ancora gratuito il trasferimento ad amici e parenti quando viene eseguito tramite il saldo del conto PayPal o attingendo al conto bancario associato. Se l'invio ad amici o parenti va a pescare da una carta di credito o da una carta prepagata, si applica una commissione di 0,35 euro più il 3,4% dell'importo.

Quando si riceve denaro come contropartita della vendita di beni o servizi, viene applicata una commissione di 0,35 euro più il 3,4% dell'importo. Ricevere denaro da amici e parenti è gratuito per chi riceve. Inviare denaro a una persona che risiede

all'estero, o riceverlo, comporta una tariffa.

L'ultimo servizio in ordine di comparsa sul mercato italiano è invece appunto GPay, il servizio di e-payment lanciato da Google a metà settembre che però funziona solo con iPhone e iPad mentre Samsung Pay è compatibile solo con i dispositivi di fascia alta dell'azienda coreana. Guardando tra i servizi italiani, uno dei più conosciuti e interessanti è certamente Satispay. Si deve collegare a un conto corrente che diventa la fonte principale del budget disponibile settimanalmente sull'applicazione. Una volta che si hanno a disposizione questi soldi si possono effettuare micropagamenti o scambiare denaro con gli amici iscritti. Ogni lunedì il budget viene riportato alla soglia prestabilita, prelevando con bonifico i soldi dal conto o accreditandoli nel caso di eccedenza. SatisPay non richiede commissioni per tutte le transazioni inferiori ai 10 euro, mentre per le transazioni superiori ai 10 euro la commissione è fissa di 20 centesimi, indipendentemente dall'importo. Se si esaurisce la disponibilità bisognerà aspettare la ricarica che avviene automaticamente la domenica sera. E poi, in caso, aumentare il budget.

Un vero e proprio «social pay-

ment» è CirclePay: l'applicazione permette agli utenti di inviare o ricevere denaro tra singoli o all'interno di gruppi, con un'interfaccia del tutto simile a quella delle chat. L'applicazione prevede una registrazione veloce, anche attraverso Facebook, e richiede il possesso di una carta di credito (solo Mastercard o Visa), ma si può attivare anche con l'indicazione di un conto corrente bancario. Per inviare denaro è sufficiente avere il numero di telefono cellulare o l'email della persona. La app permette di attivare una vera e propria chat fino a venti persone contemporaneamente per scambiarsi messaggi e denaro. Non ci sono commissioni e non vengono applicate tariffe per le operazioni di trasferimento.

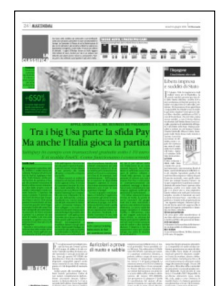
C'è, infine, attesa per il nuovo servizio di EnelX, la società di servizi innovativi del gruppo Enel, che è stata autorizzata a operare come istituto di moneta elettronica. La nuova realtà del gruppo energetico si chiamerà EnelPay e dall'autunno, come gli altri soggetti autorizzati da Banca d'Italia, su richiesta del cliente, potrà gestire addebiti diretti nei conti correnti senza più carte di credito o altre intermediazioni. L'obiettivo è fare dei pagamenti il volano per vendere energia, ma anche le ricariche di veicoli elettrici.

+650%

La crescita degli acquisti tramite smartphone nel 2018 in Italia, per un valore complessivo di 530 milioni

TENDENZE

Grazie alle numerose app dedicate, il cellulare è ormai sempre più anche un borsellino digitale



Ma nel Belpaese per il contante è ancora amore

Ok per la privacy ma gli svantaggi del cash sono tanti: meno sicurezza, rischio furti e truffe

Antonio Signorini

■ Ogni anno in Italia circolano 200 miliardi di euro in banconote. L'11% del Pil si muove su euro di carta e monete metalliche della Banca centrale europea. Vanno per la maggiore le banconote di taglio piccolo, ma sopravvivono anche i tagli maxi come quelle da 500 euro che da quest'anno non vengono più stampate.

La storia d'amore tra gli italiani e il cash è nata negli anni del boom economico e sopravvive anche oggi, nonostante l'avanzata del denaro elettronico. Nel resto d'Europa prima le carte e oggi le transazioni elettroniche si stiano imponendo come il metodo di pagamento di default anche nei negozi fisici. Anche da noi cresce l'uso del denaro elettronico (in particolare le carte ricaricabili e di debito), ma sono aumentati anche i prelievi in contanti dagli Atm.

Secondo la Banca centrale europea nel 2016 il cash è risultato meno utilizzato al Nord e più diffuso al Centro e al Sud: le percentuali più basse sono state registrate in Lombardia (l'81%), Sardegna (82%) e Toscana (82%), in linea con la media europea che è dell'80% mentre quelle più alte

in Calabria (94%), Abruzzo, Molise e Campania (91%). Ma al Sud, secondo l'Unità di Informazione Finanziaria per l'Italia, c'è anche la minore percentuale di scambi in contante «sospetti». In sostanza nel Mezzogiorno, si usano banconote e monete per abitudine, non solo per sfuggire alla legge o al fisco.

In media un italiano tiene a disposizione una cifra compresa tra i 100 e i 500 euro per fini «precauzionali» (32% al Sud e il 24% al nord).

Motivazione strana se si considera che tra gli svantaggi c'è proprio la minore sicurezza, il rischio furti e truffe, in particolare a danno di anziani. Se tra i (pochi) pro non si può non annoverare la privacy, è altrettanto vero che con il contante è anche un metodo di pagamento che rende più difficile pianificare le spese.

Chi anni fa aveva previsto una veloce scomparsa di banconote e monete, sostituite dalla «plastica» si è dovuto ricredere. Ma è vero che il contante sopravvive solo come mezzo di pagamento per piccole somme e non solo per il limite di legge a 3.000 euro. L'importo medio degli acquisti in Ue è intorno ai 12 euro ed è destinato a rimanere su questa soglia.



La prima carta di credito non si scorda mai: ecco come scegliere quella più giusta per i nostri figli

Per chi non è ancora maggiorenne e parte per le vacanze. O per chi dall'anno prossimo vuole la «paghetta» fissa. Ecco le istruzioni per l'uso

di **Marcello Zacché**

Prima iniziano, meglio è. Mettere in mano soldi a un bambino può sempre fare un po' di paura. Ma insegnare ai nostri figli a gestire qualche spicciolo fin da piccoli è senz'altro consigliabile per almeno due motivi: prendere confidenza con il valore dei soldi e responsabilizzarli sulla loro piccola gestione. Tanto più che, al giorno d'oggi, la tecnologia consente di calibrare alla perfezione la giusta dimensione delle prime «paghette» e di tenere la situazione sotto controllo gestendone, successivamente, la sua evoluzione. C'è poi un terzo motivo che ci convince della necessità che i ragazzini si abituino a controllare i loro flussi finanziari. Ed è la semplice constatazione che i piccoli di oggi saranno gli adulti di domani. E l'idea che, sempre grazie alla tecnologia utilizzata dalle banche, la «selfie generation» cominci a prendere coscienza di concetti come capitale, interesse e rendimento, non è sbagliata. Perché le certezze dei padri o dei nonni su lavoro, sanità e pensioni sono finite per sempre. Dunque meglio che la generazione Zeta si abitui a essere più informata, perché il welfare del futuro se lo dovrà costruire da sé.

Dopodiché, senza spingerci troppo in là, questo primo *MiaEconomia* della stagione estiva si occupa dei conti correnti e delle carte di credito (ricaricabili, di debito, dei genitori) da cominciare a mettere in tasca ai ragazzi, minorenni, magari proprio in vista delle prime vacanze che faranno da soli. Più in generale, questa è una panoramica dei tanti prodotti a disposizione dei genitori che vogliono iniziare a dare qualche soldo in «gestione» ai figli. Si può iniziare addirittura dagli 8 anni. E, naturalmente, tenere sempre tutto sotto controllo.



Dimmi che ragazzo sei e ti darò la tua carta

*Prepagate, di debito
o collegate a quelle dei
genitori. Si sceglie
in base al bisogno: dalle
vacanze, alla paghetta*

*Mini conti offerti già
dagli otto anni di età
con il «parental control»
Molte le opzioni valide
anche all'estero*



Camilla Conti

■ Dalle carte prepagate ricaricabili alle vere e proprie carte di debito passando per quelle collegate alla «carta» di mamma e papà. Le offerte su misura per gli under 18 stanno aumentando sul mercato. I vantaggi sono anche educativi: i figli devono imparare a gestire il budget assegnato. Trattandosi di carte di debito, e non di credito, non possono sfiorare né andare in rosso. Finita la cifra iniziale, finite le spese. E possono tornare utili soprattutto adesso che è tempo di partenze.

Ai ragazzi in vacanza con gli amici è meglio dare una ricaricabile oppure è più sicuro farli viaggiare con una carta di credito in tasca, in Italia e all'estero? Ecco una bussola per scegliere la prima Carta.

LE PREPAGATE

La Carta Postepay Junior di Poste può essere richiesta per ragazzi dai 10 anni in su, con limiti ad hoc, e offre la possibilità, per i genitori che possiedono già una propria Postepay, di visualizzare il saldo e lista movimenti della carta del proprio figlio direttamente nella propria App. Dove si può attivare anche la ricarica

automatica in un intervallo di tempo (7/14/30 giorni) senza doversene ricordare ogni volta, così da poter garantire al proprio figlio ad esempio una paghetta settimanale, bisettimanale o mensile. Per i risparmiatori che non hanno ancora compiuto i 18 anni, Poste mette a disposizione anche la «Carta IO» collegata al Libretto di Risparmio Postale dedicato ai minori («Io Conosco» da 12 a 14 anni compiuti e «Io Capisco» dai 14 ai 18 anni) distribuiti per conto di Cdp. Si tratta di una carta elettronica che consente di effettuare versamenti e prelievi presso i Pos presenti in tutti gli uffici postali e prelevare contante presso tutti gli sportelli automatici del circuito Postamat. È possibile effettuare un numero massimo di quaranta operazioni senza che le stesse vengano annotate sul libretto; raggiunto tale limite, la Carta IO non è più operativa ed è necessario da parte del minore, recarsi presso un ufficio postale con il Libretto.

Quanto alle offerte delle banche, per i più giovani Mediolanum Prepaid Card è la carta prepagata ricaricabile di Mediolanum che limita la disponibilità di spesa all'importo che di volta in volta viene caricato sulla carta (per un massimo di 3mila euro) e, in caso di titolare carta associata ad un minorenne (età minima di 12 anni) le spese possono

essere tenute sotto controllo dal genitore. Consente di prelevare contanti in tutto il mondo e può essere «virtualizzata» sul proprio cellulare, utilizzandola per i pagamenti con Apple Pay, Google Pay o Samsung Pay. C'è la possibilità di personalizzarla con la propria foto e il colore preferito.

Unicredit ha invece sul mercato la prepagata «Click» che permette di effettuare pagamenti presso esercizi convenzionati con il circuito MasterCard, in Internet e nei negozi, in Italia e nel mondo. Può essere richiesta anche da minorenni di età superiore ai 14 anni, ha un costo di emissione di 10 euro, la può ricaricare sia il titolare della carta sia i genitori, con zero spese di gestione mensili e costi legati solo all'utilizzo.

Anche Ubi Banca offre una carta prepagata ricaricabile, «Enjoy One», rivolta ai giovani di età compresa tra i 13 e i 17 anni che consente di pagare in tutto il mondo presso esercizi e siti internet convenzionati con il circuito Mastercard.



Inoltre è possibile, tra gli altri servizi, ricaricare il credito del cellulare, ricevere bonifici direttamente sulla carta (grazie all'Iban associato) e trasferire denaro tra carte prepagate della stessa tipologia. Con la funzione Box si può, inoltre, impostare in tempo reale un saldo spendibile, ovvero un importo massimo utilizzabile per operazioni su sportelli automatici, terminali Pos e in internet. Per i minorenni a partire da 12 anni Nexi offre, invece, la prepagata contactless «Speed» che permette di gestire con facilità le prime entrate o la «paghetta» dei genitori senza avere un conto corrente, e consente di effettuare acquisti online in sicurezza. Attiva sui circuiti Visa e Mastercard, vale 5 anni con rinnovo automatico ed è integrabile con Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay, Garmin Pay e Fitbit Pay. Le commissioni e la possibilità di affidare la carta sono discrezionali e vengono decisi caso per caso dalla banca e non da Nexi.

LE CARTE DI DEBITO

A differenza delle prepagate, le carte di debito sono associate a un conto corrente, dei genitori o degli stessi ragazzi. Per chi apre il conto dedicato ai giovanissimi Want Tubù di Ubi Banca riceve anche la carta di debito gratuita I Want Tubù con cui si possono fare prelievi e acquisti sicuri in Italia, su internet e durante le vacanze all'estero. Attraverso la App Ubi Banca è possibile abilitare specifiche aree geografiche ai prelievi e ai pagamenti; inoltre, con la funzione on/off decide il cliente se e quando abilitarla ai prelievi e pagamenti dall'internet banking Qui Ubi o con pochi squilli dal cellulare. Non solo. La carta (come la prepagata Enjoy One) non è abilitata all'utilizzo presso esercenti appartenenti a categorie particolari come sale scommesse, night club o discoteche.

Anche il Banco Bpm propone per gli under 18 uno strumento dedicato ad operatività

limitata che permette di avvicinarli al risparmio e alle operazioni di pagamento: il conto per i correntisti dai 12 ai 17 anni chiamato Let's Bank consente la possibilità di richiedere una carta di debito, per pagare e prelevare, anche all'estero, con massimali di utilizzo dedicati ai ragazzi e personalizzabili dai genitori. Il conto prevede anche la possibilità di accedere ai servizi di banking a distanza, sempre ad operatività limitata, via telefono e pc. Le spese di gestione sono gratuite.

PARENTAL CONTROL

Con le carte si può fare anche educazione finanziaria: Intesa Sanpaolo, per esempio, ha attivato XME Salvadanaio, che permette di mettere via in automatico una parte di quanto depositato sul conto corrente, e XME Dindi, un salvadanaio tecnologico con display touch screen per i più piccoli. Oggi il XME Conto Up!, se sottoscritto entro il 31 dicembre, è gratuito fino al compimento dei 18 anni, bolli compresi. Stesso discorso per la carta ad esso associata, la XME Card, una carta di debito che già a partire dagli 8 anni permette al minore di versare, prelevare, fare pagamenti in Italia e all'estero nonché on line. Troppo?

No, perché la banca mette nelle mani dei genitori uno strumento che permette di monitorare a distanza l'utilizzo della carta, un Parental control per decidere i limiti massimi di prelievo o le tipologie di pagamento e per modificare tali limiti in qualsiasi momento, anche in autonomia sui canali a distanza della banca. Inoltre, non è possibile spendere più di quanto disponibile sul conto. Al XME Conto Up! è inoltre abbinato un bonus che prevede l'applicazione dell'1% sulla giacenza media del conto. Le somme accantonate ogni anno saranno accreditate al compimento dei 18 anni, fino ad un massimo di 1.000 euro. Un gruzzolo che potrà poi essere utilizzato per prendere la patente o per proseguire gli studi.

TUTTO TRAMITE LE APP

Yap è l'applicazione realizzata da Nexi e scaricabile dallo store del proprio telefonino. Si tratta di una vera e propria carta prepagata virtualizzata sul telefono: i figli possono usarla per pagare in tutti i negozi (accettata ovunque nel mondo perché collegata su circuito MasterCard), anche online. È ricaricabile, si attiva e si ricarica dal telefono, ogni acquisto è protetto dalla password Yap e da quella del telefono, potenziate da impronta digitale o riconoscimento viso. Quando una persona paga, riceve una notifica di conferma e trova tutti gli acquisti memorizzati. Con zero costi d'iscrizione, zero canone annuo e zero commissioni.

UN AFFARE DI FAMIGLIA

American Express - che da sempre si rivolge a una clientela "premium" - ha da poco rilanciato la Carta Platino con nuovi benefici tarati sulle esigenze di una famiglia visto che nella quota sono comprese un'altra carta Platino supplementare e altre 4 carte Oro, dando possibilità di tener traccia di tutte le spese delle carte collegate a quella principale. Inoltre, con il nuovo restyling sono state aumentate le coperture assicurative in viaggio fino a 5 milioni valide per il titolare della Carta e per tutti i membri della famiglia che viaggiano con lui. Le carte supplementari sono già incluse nella quota annuale della Carta base (60 euro al mese) e pertanto non prevedono spese aggiuntive. Inoltre i punti membership rewards accumulati con gli acquisti effettuati dalle carte supplementari saranno accreditati sul conto principale. I titolari delle carte supplementari possono approfittare dell'assicurazione viaggi globale, della polizza protezione d'acquisto e dell'accesso gratuito alle lounge aeroportuali del programma Priority Pass (quest'ultimo valido solo per Carta Platino Supplementare).

SERVIZI A CONFRONTO

Una selezione delle carte di debito e prepagate dedicate ai minori oggi disponibili sul mercato

MEDIOLANUM PREPAID

TIPO DI CARTA
Carta prepagata

EMESSA DA
Mediolanum

COSTI
Quota di rilascio di 10 euro (gratuita per Conto Mediolanum Clienti Young).
Costi di ricarica: da 1 a 2,5 euro

VANTAGGI
In caso di titolare carta associata ad un minore (per l'emissione è richiesta un'età minima di 12 anni) le spese possono essere tenute sotto controllo dal genitore



XME CARD

TIPO DI CARTA
Carta di debito

EMESSA DA
Intesa Sanpaolo

COSTI
Gratuita con XME Conto UP!

VANTAGGI
Già dagli 8 anni permette al minore di versare, prelevare, fare pagamenti in Italia, all'estero e on line. La banca mette nelle mani dei genitori un Parental control



I WANT TUBÌ

TIPO DI CARTA
Carta di debito

EMESSA DA
Ubi Banca

COSTI
Zero commissioni per emissione, prelievi e pagamenti pagoBancomat

VANTAGGI
La carta non è abilitata all'utilizzo presso esercenti appartenenti ad alcune categorie merceologiche tra cui maghi e chiromanti, articoli pornografici, night club e discoteche



LET'S BANK SCOPRIRE

TIPO DI CARTA
Carta di debito con massimali di prelievo e pagamento dedicati ai minori

EMESSA DA
BancoBpm

COSTI
Gratuita con il conto Let's Bank, zero spese di gestione

VANTAGGI
• Operazioni illimitate
• Servizio gratuito di phone banking YouCall e Internet Banking YouWeb



CLICK

TIPO DI CARTA
Carta prepagata ricaricabile

EMESSA DA
UniCredit

COSTI
10 euro di costo di emissione

VANTAGGI
Può essere ricaricata sia dal titolare della carta sia da terzi (genitori) e non ha spese di gestione mensili



YAP

TIPO DI CARTA
Carta prepagata virtualizzata sul telefono con una App

EMESSA DA
Nexi

COSTI
Zero costi d'iscrizione, zero canone annuo e zero commissioni

VANTAGGI
Si attiva e si ricarica dal telefono. Ogni acquisto è protetto dalla password Yap e da quella del telefono, potenziate da impronta digitale o riconoscimento viso



POSTEPAY JUNIOR

TIPO DI CARTA
Carta prepagata ricaricabile

EMESSA DA
Poste Italiane

COSTI
5 euro di quota rilascio

VANTAGGI
Può essere richiesta per ragazzi dai 10 anni in su, con limiti ad hoc. I genitori possono visualizzare saldo e lista movimenti della carta del proprio figlio direttamente nella propria App Postepay



CARTA ORO SUPPLEMENTARE AMERICAN EXPRESS

TIPO DI CARTA
Carta di debito

EMESSA DA
American Express

COSTI
60 euro al mese (per la Carta Base)

VANTAGGI
Nella quota sono comprese un'altra Carta Platino supplementare e altre 4 CarteOro, dando possibilità di tener traccia di tutte le spese delle carte collegate a quella principale



L'EGO - HUB

IL FENOMENO NATO IN GERMANIA SOLO SEI ANNI FA

Il caso N26 scalda già 300mila italiani

Conto gratuito sullo smartphone. E le operazioni si fanno anche al supermarket

■ La banca mobile tedesca N26, fondata nel 2013, ha già triplicato la base utenti in Italia, superando la soglia dei 300mila, più del 40% dei quali nella fascia d'età compresa fra 18 e 30 anni. Consente prelievi gratuiti allo sportello in tutto il mondo ed è particolarmente adatta per chi viaggia poiché offre conversione di valuta esenti da imposte.

Ma come si può accedere agli sportelli di «N26» sul telefonino? Il conto si può aprire via app sia sul sito. Quando ci si iscrive, verrà inviata per posta una carta di debito Mastercard abilitata per pagamenti contactless, con cui si potrà pagare ovunque (sia online che offline) e prelevare denaro ai bancomat di qualsiasi banca, gratuitamente in Italia e pagando una commissione dell'1,7% sui prelievi in valuta estera (ma non sugli acquisti).

N26 offre un conto corrente gratuito (nella versione base) senza costi fissi, ma ci sono anche le versioni premium Black (9,90 euro al mese) e Metal (16,90 euro al mese). La carta premium in versione «nera» include un pacchetto di assicurazioni per il viaggio fornite da Allianz. In caso di furto, ritardo o annullamento del volto e problemi di natura sanitaria all'estero l'utente sarà rimborsato (nei limiti previsti dal contratto) delle spese sostenute.

A maggio N26 ha stretto una partnership con i supermercati Pam e Panorama per implementare il servizio - già attivo in Germania e in Austria - che permette di prelevare e depositare sul proprio

conto direttamente dalle casse dei supermercati.

Nonostante le carte siano utilizzate da più dell'80% della popolazione italiana per pagamenti in negozio e online, il contante resta il mezzo di pagamento più diffuso e pesa per il 52% del totale transato per un valore di 337 miliardi. N26 ha quindi deciso di permettere loro di prelevare e depositare denaro, senza una carta, solo con il proprio smartphone presso i rivenditori selezionati. I possessori di un conto N26 accedono all'applicazione per identificare grazie alla mappa dedicata il negozio più vicino. L'app genera un codice a barre, scegliendo tra «Deposito» o «Prelievo» e alla cassa si esegue la scansione, permettendo il deposito o il prelievo dell'importo richiesto. A operazione conclusa, il saldo del conto è aggiornato in tempo reale. I prelievi sono sempre gratuiti e hanno un limite massimo di 900 euro nelle 24 ore (200 euro a transazione). Per i depositi, il tetto massimo giornaliero è di 999 euro (minimo 50 euro a operazione). In questo caso, i primi 100 euro del mese sono gratuiti, mentre in caso di depositi extra si paga una commissione dell'1,5%.

CC



INNOVATORE

Valentin Stalf, fondatore e amministratore delegato di N26, che in Italia è affidata al country manager Andrea Isola



IN BREVE

I pagamenti digitali inquinano meno. Più facili, più veloci e più sostenibili per l'ambiente: le transazioni senza contante con pagamento elettronico tramite carte di debito emettono meno CO₂. È quanto emerge da due studi olandesi, commissionati dalla De Nederlandsche Bank e analizzati da Rete Clima per SumUp, la fintech che garantisce alle aziende di ricevere pagamenti senza i costi/canoni e i tempi di installazione del Pos tradizionale. Pagare in contanti ha un impatto ambientale pari a 4,6 g di CO₂ equivalenti per ogni transazione, dovuto in particolare alla fase di produzione delle monete (32%) e a quella operativa (64%), ovvero all'esercizio degli sportelli automatici e al trasporto di monete e banconote (64%). Ogni transazione con carta di debito ha invece un impatto ambientale di 3,78 grammi di CO₂: come una lampadina a basso consumo energetico da 8 W lasciata accesa per un'ora e mezza. A incidere sono soprattutto terminali per i pagamenti (75%), in particolare per i materiali (37%) e per il consumo di energia (27%).



Alte commissioni per i prelievi all'estero Fintech e conti on line possono ridurle

Una guida per risparmiare sui costi aggiuntivi. Attenzione alla differenza tra Eurozona e Paesi extra Ue

**È necessario
valutare il costo
della conversione
valutaria**

FABRIZIO GORIA

Con le ferie alle porte uno dei principali problemi è quello legato alle commissioni per i prelievi all'estero. Che si vada nella zona euro o che si viaggi oltreoceano, poco cambia. Quando si inserisce il proprio carta all'interno del bancomat bisogna essere consapevoli di se e quanto si sta per pagare quell'operazione. Questo perché i due o tre euro di obolo per il ritiro dei contanti possono crescere con facilità, diventando un costo significativo alla fine della vacanza. Mai come quest'anno, tuttavia, la tecnologia può aiutare a risparmiare.

I nomadi digitali hanno imparato da tempo che le soluzioni per ridurre al minimo le spese bancarie è possibile. I conti online sono sempre più usati, e ora la competizione si è spostata su chi permette di risparmiare di più quando si è all'estero, che sia per lavoro o per piacere. E sono cinque le proposte più interessanti: quattro nate su internet negli ultimi anni grazie al fintech e una legata al mondo bancario tradizionale.

Una delle idee più rivoluzionarie arriva da Revolut, la società finanziaria fondata da Nikolay Storonsky e Vlad Yatsenko nel Regno Unito. Nata come portafoglio digitale e diventata banca da poco, Revolut permette di azzerare i costi di cambio durante i soggiorni all'estero. Primo, perché la sua carta, anche nell'opzione base gratuita, si può usare per pagare in circa 150 valute al tasso di cambio interbancario.

Secondo, perché si possono prelevare contanti senza commissioni fino a 200 euro al mese. Poco, ma in questo caso il valore aggiunto riguarda l'uso del tasso interbancario tra valute per i pagamenti.

La principale alternativa è Transferwise, fondata da Kristo Käärman e Taavet Hinrikus nel 2011, sempre nel Regno Unito. Sono diversi i punti di forza per i viaggiatori. Il conto si apre gratuitamente, e si ottiene, nello stesso momento, un conto britannico, uno americano, uno europeo, uno australiano e uno neozelandese. Cinque conti in uno per scambiarsi denaro senza commissioni. Il principale svantaggio è però l'obolo sulla conversione valutaria, che varia dallo 0,35% al 2,85 per cento.

Diverso è il discorso per la banca tedesca N26. Al contrario di Revolut e Transferwise, è nata banca e non come portafoglio telematico. E fin dalla sua nascita ha puntato sulla sua facilità d'utilizzo, specie per i viaggiatori seriali. Il conto è gratuito e si apre in 8 minuti circa, con un selfie e un paio di fotografie del proprio documento d'identità. Poi, ogni prelievo nell'eurozona è gratuito, mentre per quelli in altre valute, come per esempio i dollari statunitensi, è prevista una commissione dell'1,7% rispetto alla somma richiesta. Cifra che però si può annullare qualora si decida di aprire il conto Black, che costa 9,90 euro al mese, ma che prevede anche una assicurazione medica quando si è in vacanza.

Hype, del gruppo Banca Sella, è la principale concorrente italiana di N26. E ha una differenza rispetto alla controparte tedesca. Sempre gratui-

to il prelievo in euro, ma c'è una commissione del 3% sul tasso di cambio stabilito da MasterCard, l'emittente delle carte proposte da Hype. Traduzione: non si paga sul totale richiesto al bancomat, ma solo sul tasso di cambio, che è quello stabilito dal colosso delle carte di credito. Tasso fisso, dunque, ma aggirabile se si viaggia solo nell'area euro.

E poi c'è la banca più tradizionale, cioè CheBanca!, ovvero la versione retail di Mediobanca attiva in Italia dal maggio 2008, che si è posta sul mercato in modo molto competitivo. Sebbene si tratti di un istituto più classico, ha alcuni vantaggi rispetto agli altri attori digitali. Il suo Conto Digital, infatti, permette di prelevare in forma gratuita in tutto il mondo tramite la carta di debito. E, a differenza degli altri, non vi sono commissioni di cambio valuta. Vale a dire che, se ci si trova in Australia o in Vietnam, non ci saranno sorprese al bancomat e nessun ritorno amaro a casa. —

© BY NC ND ALSJUNI DIRITTI RISERVATI

Fintech

L'Osservatorio del Politecnico di Milano considera come Fintech tutte le innovazioni digitali in ambito finanziario, a prescindere dall'attore che eroga il servizio. Con la tecnologia si possono fare transazioni e pagamenti, intermediazione finanziaria, fino alla gestione del rischio finanziario e delle valute elettroniche.



L'ANALISI

LOTTA ALL'EVASIONE ONLINE MA SEMPRE PIÙ ADEMPIMENTI

LA LOTTA ALL'EVASIONE VIAGGIA ONLINE MA AUMENTANO GLI ADEMPIMENTI

di **Salvatore Padula**

1° luglio rappresenta una data spartiacque per il “nuovo” fisco telematico. Da un lato, prende formalmente il via la “fase 2” dell’operazione fattura elettronica obbligatoria, scattata in modo generalizzato il 1° gennaio 2019. Dall’altro lato, si avvia un nuovo e rilevante capitolo che riguarda l’introduzione di un ulteriore adempimento – forse meno impegnativo di quanto si sia rivelata la gestione della e-fattura ma in egual modo pieno di incognite – quale è la memorizzazione e l’invio automatico degli scontrini e delle ricevute per i soggetti di dimensioni maggiori.

Un passo deciso e probabilmente irreversibile verso la completa digitalizzazione del rapporto tra cittadino e autorità fiscale, iniziato un quarto di secolo fa con i primi modelli di dichiarazione acquisiti via internet e con i pagamenti online, che avrà un ulteriore step a gennaio 2020, quando la trasmissione all’agenzia delle Entrate dei dati sui corrispettivi giornalieri sarà estesa a tutti gli esercenti.

A breve, l’amministrazione potrà disporre in tempo reale (praticamente) di ogni elemento rilevante per intercettare le infedeltà sull’Iva, che generano una parte significativa dell’evasione, anche sui redditi. Un patrimonio di dati enorme, che andrà a implementare i già ricchissimi archivi a disposizione del fisco e che il fisco, sempre più, potrà utilizzare sia come strumento di controllo vero e proprio (mirato e selettivo) sia nella prospettiva della compliance, ovvero come “alert” per segnalare ai contribuenti anomalie, errori e irregolarità, consentendo loro di rimediare prontamente.

Come sempre accade, però, le rivoluzioni – e quella del fisco telematico certamente ne ha sempre più le sembianze – non sono “pranzi di gala”. E non tutti gli invitati alla mensa del rin-

novamento ne traggono benefici. Anzi. È fin troppo facile osservare che l’informatizzazione del fisco sia stata possibile (e ancor più lo sarà in futuro) grazie all’arruolamento forzato di un esercito di professionisti e imprese, centinaia di migliaia di soggetti che attraverso una lunga serie di nuovi adempimenti sono diventati, loro malgrado, i principali fornitori di bite e file all’amministrazione. La quale ha sapientemente utilizzato la sua forza, il suo potere, si potrebbe dire, per costruire una base informativa senza precedenti.

Il passaggio alla telematica, per altro, non ha (quasi) mai semplificato e limitato gli adempimenti dei contribuenti. Anzi, al contrario, li ha resi più ostici, li ha moltiplicati (tranne poche eccezioni) e spesso addirittura duplicati. E c’è pure un’aggravante: l’amministrazione ha ottenuto tutto questo gratis, perché i costi dell’informatizzazione e della gestione dei nuovi adempimenti li sostengono professionisti e imprese. Una ricerca realizzata nel 2018 della Fondazione dei dottori commercialisti stima in 60,4 miliardi di euro, quindi prima dell’introduzione della fattura elettronica, il costo degli adempimenti fiscali per tutte le imprese e i professionisti.

Guardando avanti, per la fattura elettronica, come accennato, si chiude la fase transitoria e arrivano alcune novità a partire dal fatto che vanno a regime i termini per l’emissione del documento (12 giorni dalla data di effettuazione dell’operazione, come previsto dal Dl crescita). In più, si esaurisce il periodo di moratoria sulle sanzioni che era stato introdotto, su richiesta degli operatori, di fronte alle numerose problematiche emerse e ai ritardi (non solo dell’amministrazione) riscontrati a ridosso dell’entrata in vigore del nuovo obbligo.

Per una moratoria che si esaurisce, però, subito se ne presenta un’altra: anche per l’invio telematico degli scontrini – che scatta oggi per chi ha volume d’affari superiore a 400mila euro – è

prevista la non applicazione di penalità per i primi sei mesi (sempre Dl crescita). Dove non è arrivato il legislatore, ci ha pensato poi l’amministrazione che, sul fronte degli esonerati, sembra aver imboccato una via generosa. Molti professionisti segnalano le difficoltà per gli esercenti che operano con tre o più casse (casi ormai piuttosto frequenti). Criticità e ritardi emergono anche per la sostituzione/adeguamento dei vecchi registratori di cassa con quelli che dovranno “memorizzare e trasmettere” i corrispettivi giornalieri.

Basterà questa partenza con il freno tirato a rendere meno indigesto il debutto del nuovo obbligo? Vedremo. A dirla tutta, fa un certo effetto scoprire che neppure lo scontrino fiscale era di per sé una garanzia contro l’evasione. Perché, a quanto pare, pur rilasciando correttamente ricevute e scontrini ai consumatori, restava ampiamente utilizzata la possibilità di annotarli solo parzialmente nel registro dei corrispettivi che, per inciso, con il nuovo obbligo fortunatamente scompare. Un comportamento che si poteva intercettare solo in sede di controllo.

Ora il riscontro sarà automatico. Funzionerà? Molti ne sono convinti. Di certo ne è convinto il governo attuale che ha ricevuto questi nuovi adempimenti in eredità dal precedente e li ha accolti e condivisi. Fattura e scontrini telematici devono portare nel 2019 circa 2,4 miliardi di nuove entrate (di cui 2 dalla sola fattura) che saliranno progressivamente a circa 4 miliardi nel 2021. Con un dubbio. Non è che il fisco ormai si accontenti di una lotta all’evasione fatta solo grazie ai nuovi adempimenti posti a carico degli intermediari?

L’informatizzazione del Fisco è possibile anche grazie al ruolo affidato ai professionisti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nomine in arrivo

Authority il Carroccio punta all'Agcom, i 5Stelle alla Privacy



Authority in scadenza. Mercoledì già fissata una doppia votazione Camera-Senato per eleggere in Parlamento il nuovo garante sulla Privacy, mentre l'Agcom scade il prossimo 11 luglio. Sono oltre 200 i curricula raccolti da altrettanti candidati per succedere ad Antonello Soro. I 5Stelle punterebbero su Giuseppe Busia, attuale segretario generale dell'Autorità stessa, assai stimato dallo stesso premier Conte. La Lega punta invece a conquistare la presidenza dell'Agcom e il nome che circola nel centrodestra è quello del professore Vincenzo Zeno Zencovich.



FILM

La tv di Cupertino si accende con il cellulare

(m. ga.) Con l'aggiornamento del sistema operativo per dispositivi mobili (iOS 12.3), Apple ha appena pubblicato Apple Tv, un'applicazione che promette con un solo touch di farci vedere canali tv e film. Per ora nella versione italiana ci sono solo i film (quelli presenti anche in iTunes software destinato a scomparire), ma tra poco sarà possibile guardare con iPhone, iPad, Apple Tv (e anche su alcuni modelli di smart tv) diversi canali firmati dal colosso di Cupertino e altri network. Non è una rivoluzione, ma a pieno regime l'applicazione sarà facile da utilizzare. Soprattutto, permette di condividere gli abbonamenti alle tv con i dispositivi Apple di tutta la famiglia, con un limite di sei persone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PRODOTTO	Apple Tv	CASA	Apple
PIATTAFORMA	iOs	PREZZO	Gratis



IL WEB FA VOLARE LE HIT E SPOTIFY SCARICA TUTTI

Una canzone diventa un successo in due settimane, prima ci volevano tre mesi
Merito dello streaming, che comincia a rendere. E degli assistenti come Alexa

Si ascolta dal cellulare, dicono i dati Nielsen presentati a Cannes: lo preferiscono quattro abbonati su dieci

di **Chiara Sottocorona**

Due settimane è il tempo medio che impiega una nuova canzone a emergere, scalare le classifiche e diventare una « hit » su Spotify. Prima, con i passaggi alle radio Fm, occorre 3 mesi per affermarsi. Spotify, il music-service svedese fondato da Daniel Ek e Martin Lorentzon, è il campione mondiale dello streaming: il primo ad aver superato i 100 milioni di abbonati paganti nel marzo scorso. Apple Music è arrivata a 56 milioni e ha superato Spotify solo negli Usa. Mentre i music-service di Google (Google Play e YouTube Music) arrivano insieme a 15 milioni.

I record

Spotify resta il servizio preferito da teenager e millennial che ha saputo attrarre con un'offerta per studenti a 99 centesimi al mese, nei primi tre mesi, per 50 milioni di brani. Grazie alla musica on-demand disponibile sempre e ovunque, i brani emergenti spopolano. «I record? Scorpion, l'album del rapper

canadese Drake, ha toccato i 743 milioni di passaggi in streaming; e 873 milioni di audio-streaming I like it, la musica latino di Cardi B.», ha detto Helena Kosinski ricercatrice dell'Istituto studi di Nielsen al Midem a Cannes, l'appuntamento chiave per l'industria musicale, a inizio giugno. Ad aprire la kermesse è stato lo Streaming Summit che ha celebrato quest'anno il boom della musica da Internet. I ricavi dello streaming sono aumentati del 34% nel 2018 e coprono ora quasi la metà del fatturato mondiale dell'industria musicale. «Nel primo trimestre 2019 si è registrato un'ulteriore +12,93% da fine 2018», ha detto Kosinski.

Si affermano soprattutto gli abbonamenti a pagamento, cresciuti di oltre un terzo, che all'inizio di quest'anno sono arrivati a 255 milioni (Global Music Report Ifpi 2019). L'ascolto preferito è sullo smartphone per il 40% degli abbonati, o sul tablet (22%), ma i dati presentati al Midem da Nielsen indicano nuove abitudini: il 15% degli ascolti in streaming ora è sugli smart-speaker casalinghi e l'11% sulle Smart-Tv. Da aprile Google Home offre una versione gratuita e ridotta di YouTube Music. Mentre Amazon consente agli utenti Prime di Alexa di ascoltare 40 ore mensili di musica streaming.

«Finora si sceglieva la musica on demand sulla base di una ricerca per artisti o titoli. Ma questo porta ad ascolta-

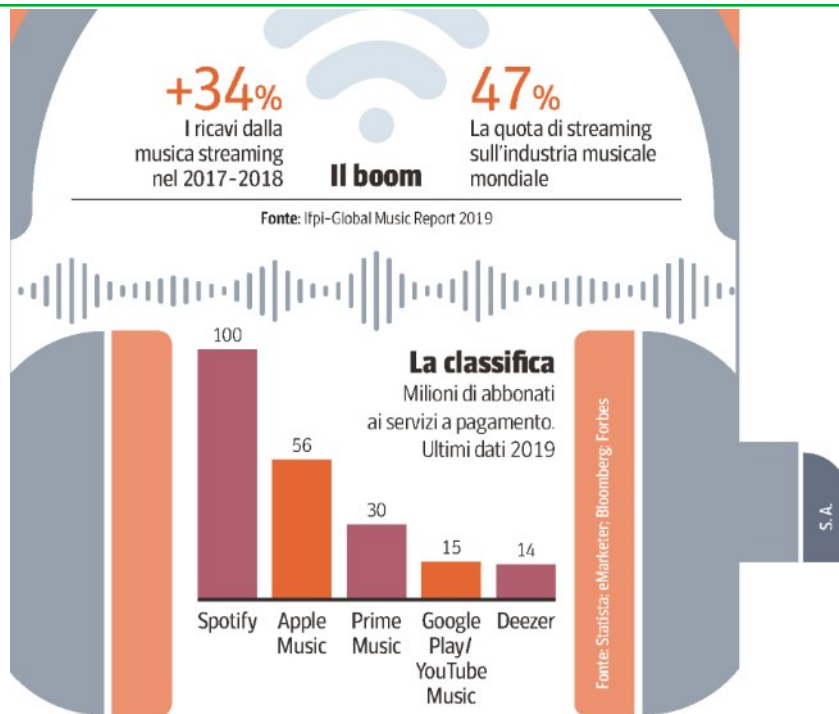
re ciò che si conosce già», dice Murk Mulligan, direttore di Midia Research, presente al Midem. «Per scoprire nuova musica la maggior parte degli utenti si affida a playlist suggerite dalle app, il 18% ascolta i podcast e il 20% le radio in streaming». Il panorama sta cambiando con gli assistenti vocali come Alexa. Basta chiedere «vorrei ascoltare un buon brano pop» e suggeriscono nuove scelte. Già il 56% degli utenti usa lo smart-speaker per scoprire e ascoltare musica, dice Nielsen.

È la base della strategia di Amazon che sta conquistando rapidamente quote del mercato streaming con il suo Prime Music. Lanciato nel 2017, in due anni ha raggiunto i 30 milioni

di abbonati, ha superato i music-service di Google e Deezer e ora insegue i due big, Apple Music e Spotify. Ma prima degli americani di Amazon, a insidiare il primato mondiale del re svedese dello streaming saranno i cinesi: « Spotify e Tencent potrebbero ingaggiare la più grande battaglia tra Occidente e Oriente», dice Murk Mulligan. La Cina è il settimo mercato mondiale nella musica, ma per lo streaming è già quarta. I due principali servizi, Tencent Music e Netease Music (app disponibili anche in Italia) hanno rispettivamente 700 milioni e 600 milioni di ascoltatori. E Tencent, come Spotify, ha già superato i 100 milioni di abbonati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





L'intervista / Vittorio Bonori

“La pubblicità cresce online e ovunque tranne in Italia”

L'opinione

“

Sempre nuovi settori si aprono per chi ha la rapidità e la creatività per coglierli. Per esempio, noi stiamo crescendo molto nelle inserzioni all'interno dei siti di e-commerce, da Amazon all'universo di tutti gli altri e-retailer

EUGENIO OCCORSIO

Per l'ad italiano di Publicis il mercato sta salendo anche in un anno come il 2019 economicamente in rallentamento. Ma il nostro Paese non va oltre l'1%. Il segreto? “Saper usare bene i big data”

“**A**bbiamo un grande patrimonio da gestire in dati, tecnologia e creatività. E viene ancora fatto solo in parte, per cui esistono enormi spazi di mercato da esplorare». Non ha dubbi Vittorio Bonori, amministratore delegato per l'Italia di Publicis Groupe. Che aggiunge: «Non dobbiamo aver paura. Al Grande Fratello non ci arriveremo se sapremo gestire con oculatezza questi elementi. In Europa, ricordiamo, abbiamo la famosa direttiva Gdpr (General Data Protection Regulation) che ha dato un forte aiuto alla tutela della privacy e ha inciso profondamente nella cultura e nella responsabilizzazione delle aziende». Incontriamo Bonori alla vigilia dell'inaugurazione (in calendario

per il 27 giugno) della sede romana del gruppo in una palazzina della Garbatella tirata a lucido e trasformata in un grande spazio di coworking per 200 professionisti («dove però abbiamo usato tutte le accortezze per mantenere un rapporto di confidenzialità con i clienti», tiene a precisare) che saranno coordinati da Matteo Tarolli. La grande conglomerata con base a Parigi, presieduta da Maurice Lévy, comprende ormai decine di sigle molte delle quali iconiche nel settore - da Leo Burnett a Saatchi & Saatchi - e ha 80mila dipendenti in 100 Paesi, 9 miliardi di euro di fatturato nel 2018 e 919 milioni di utile netto.

Una scelta controcorrente questa di Roma, nel momento in cui le aziende abbandonano una città sovraccarica di monumenti e citazioni ma negli ultimi tempi soprattutto di problemi...

«La piazza romana resta importantissima. E' la capitale di uno dei Paesi del G7, vi hanno sede oltre all'amministrazione statale decine di grandi aziende, enti e istituzioni. Rimane uno dei punti di riferimento globali. Intendiamo stabilire un contatto proficuo e costante con le istituzioni, anch'esse investite dalla trasformazione digitale».

Qual è secondo la vostra visione il futuro della pubblicità?

«Le rispondo con una cifra che dice tutto: il fattore di crescita medio annuo da noi previsto per il periodo 2018-2021 per tutto l'universo della trasformazione digitale è del 15,9%. Quello dei cosiddetti “paid media” è del 4,1%. All'interno del nostro fatturato, la pubblicità digitale è in aumento esponenziale. Ci piaccia o no, Internet ha eroso tre quarti del mercato della pubblicità tradizionale, e il trend continua. Sempre nuovi settori si aprono per chi ha la rapidità e la creatività per coglierli. Per esempio, noi stiamo crescendo molto nelle inserzioni all'interno dei siti di e-commerce,

da Amazon all'universo di tutti gli altri “e-retailer” Questo nuovo “sotto-settore” è nato in Cina, Paese che vive la tecnologia in modo quasi ossessivo dove ormai si compra anche un caffè con il telefonino, ma il trend avanza con grande forza in tutto il mondo».

La crescita della quota web è un processo irreversibile?

«Direi di sì. Prendiamo la tv tradizionale: è stata un vettore di crescita decisivo per il nostro settore ma anche se continua ad assorbire, soprattutto in Italia, una fetta molto importante del mercato, non cresce più come investimenti da diversi anni né si prevedono grosse variazioni nel prossimo futuro. Viceversa stanno esplodendo la tv cosiddetta “non lineare” e la video-comunicazione, in tutte le loro declinazioni a partire dallo streaming, tranne Netflix che non fa pubblicità. Ogni giorno per ogni utente sintonizzato sulla televisione, ce ne sono tre che intanto stanno compulsando il web. Per la stampa è diverso: sulle versioni cartacee il calo del fatturato è ormai strutturale, ma c'è un mondo di business nelle varianti digitali dei giornali, sempre più ricche di video sponsorizzati e di inserzioni concepite nel modo più vario. C'è uno spazio enorme per la creatività, sia per gli editori che per noi comunicatori, e questo rende la sfida appassionante e tutta da giocare. Il comparto dei video, per darle una cifra, cresce a tassi del 15-20% l'anno».

A livello globale, quali sono le previsioni di crescita?

«Il mondo della comunicazione e

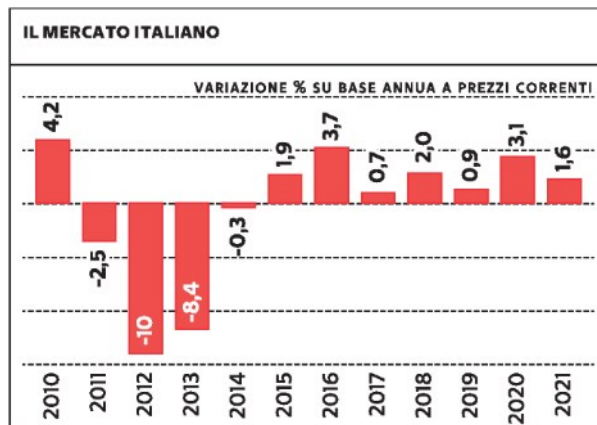
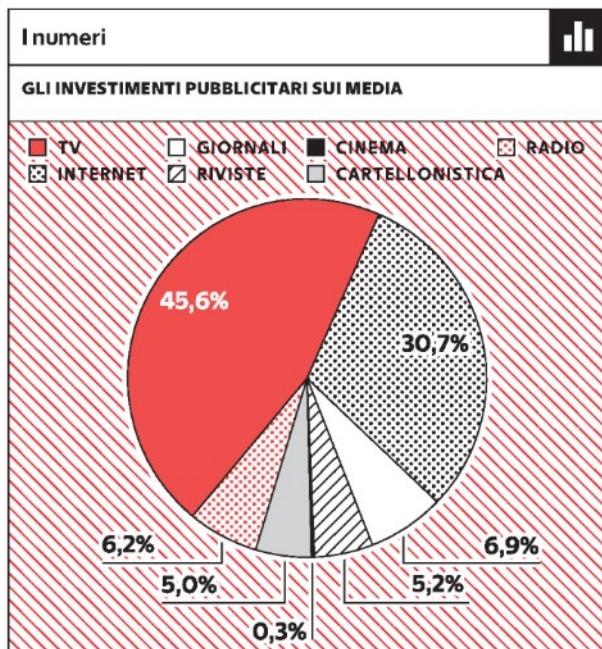


del marketing si avvia rapidamente a superare i 1000 miliardi di dollari. Di questi, 580 miliardi riguardano la pubblicità ma la "trasformazione digitale" comprese soprattutto le attività legate ai dati e al loro utilizzo ha già raggiunto i 350 miliardi a cui si aggiungono i 100 miliardi nei siti di e-commerce di cui parlavo. Per il 2019, anno in rallentamento per l'economia nel suo complesso, la crescita di tutto il nostro comparto in generale - secondo stime elaborate dalla

nostra consociata Zenith - è prevista nel 4% a livello mondiale, con profonde differenziazioni per area: l'America crescerà del 5% con un netto upgrade rispetto alla precedente previsione del 2,9%, la Russia crescerà dell'8,2, la Francia del 4,7%. Rappresentando il 37% della spesa pubblicitaria globale, l'aggiornamento porta gli Usa ad aggiungere 32 miliardi di dollari al mercato e quindi a diventare il maggior player per la crescita degli investimenti globali, seguiti da Cina e India. La crescita 2019 sarà

poi del 2,5-3% in Europa e sfortunatamente non più dell'1% in Italia. Viviamo in un'era in cui il consumatore si cerca una risposta immediata alle sue esigenze e aspettative. Significa che vanno utilizzati con grande sapienza dati, tecnologia e creatività perché migliorano le possibilità di personalizzazione del marketing e di risposta dei consumatori. E una grande opportunità si apre a chi saprà utilizzare e valorizzare al meglio la tecnologia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Maurice Levy
presidente
di Publicis
Groupe



PERCHÉ COCA COLA E NETFLIX HANNO UNA RETE LGBT

ELISABETH NEUHAUS

La rete professionale Proud è ora il tramite tra la comunità Lgbt e i datori di lavoro. Tra i suoi primi clienti si contano Netflix, Ebay e Bka. All'origine del suo lancio ci sono le brutte esperienze del fondatore, omosessuale, nel mondo del lavoro.

Poter essere sul posto di lavoro la persona che si è realmente non è una cosa scontata in Germania, soprattutto se si appartiene a uno dei gruppi compresi nell'acronimo Lgbt, vale a dire, lesbiche, gay, bisessuali, transessuali e intersessuali. Secondo un sondaggio del Boston Consulting Group in Germania, per il 22 per cento degli intervistati Lgbt, il coming out, vale a dire, il dichiarare il proprio orientamento sessuale, equivale a mettere a rischio la propria carriera. Solo un terzo dei dipendenti che si dichiarano omosessuali o lesbiche parla apertamente del proprio orientamento sessuale con i colleghi. Un altro studio rivela che, in media, gli uomini gay guadagnano meno dei loro colleghi maschi eterosessuali.

Per affrontare i problemi specifici di questo segmento del mercato del lavoro e mettere per in contatto datori di lavoro con candidati Lgbt, Stuart Cameron ha fondato nel 2009 la borsa lavoro Sticks and Stones. Ora, dieci anni dopo, Cameron e il suo team hanno appena lanciato Proud, una rete sociale per professionisti che, sul modello LinkedIn e Xing, si rivolge alla comunità Lgbt.

«Nelle tradizionali reti professionali o borse lavoro, i candidati di solito non sanno fin da subito che tipo di atteggiamento può avere un datore di lavoro», dice Cameron spiegando la creazione della società.

Chi risponde ad annunci di lavoro o contatta altri utenti su Proud può, invece, essere certo che l'interlocutore sarà aperto ai candidati Lgbt, continua Cameron. Il trentanovenne omosessuale ha vissuto sulla propria pelle le

difficoltà che possono sorgere nel mondo del lavoro. In una precedente brutta esperienza, il suo datore di lavoro parlava di lui alle spalle chiamandolo "frocio" e i colleghi arrivarono a graffiarli l'auto dopo aver appreso del suo orientamento sessuale. «Ho desiderato tanto allora poter lavorare in una società dove le persone non attribuivano importanza all'essere omosessuale o eterosessuale dei colleghi», racconta l'ad di Proud.

A dieci anni dal lancio di Sticks and Stones, la nuova applicazione, riferisce Cameron, conta già 65 datori di lavoro, tra cui l'Ufficio federale della polizia criminale (Bka), la Coca Cola e Netflix. Le società pagano per essere presenti su Proud come datori di lavoro aperti agli Lgbt e per pubblicare offerte di lavoro. Tra i 400 utenti che vi si sono registrati dalla fine di maggio, ci sono anche molti sostenitori degli Lgbt, i cosiddetti Straight Allies, vale a dire, persone eterosessuali che si oppongono all'omofobia, la bifobia e la transfobia. Al momento della registrazione sulla piattaforma, i nuovi utenti non sono tenuti a dichiarare il proprio orientamento sessuale o identità di genere. Dietro a Proud e alla fiera Sticks and Stones c'è la società di consulenza sulla gestione della diversità Uhlala GmbH (da non confondere con la startup per la ricerca di escort Ohlala). Uhlala ce l'ha fatta finora a fare a meno di investitori, ed è così che dovrebbe restare per il momento, dice Cameron.

Contando su un team di nove persone, Cameron confida nel riuscire a crescere in maniera lenta e organica: «Grazie a Sticks and Stones so che ci vuole molto tempo e denaro per riunire le persone in questo campo. Per me è quindi chiaro: andremo avanti finché Proud non sarà diventata la LinkedIn gay-lesbica».

© Die Welt/LENA

Traduzione di Marina Parada

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IN AZIENDA

Il welfare che porta sviluppo

Il welfare aziendale è una prima risposta: serve un supporto istituzionale

Al vertice

Letizia Moratti è presidente di Ubi Banca. Imprenditrice, è stata la prima presidente donna della Rai e la prima eletta sindaco a Milano



di **Letizia Moratti**

Viviamo un tempo di profondi cambiamenti, una crisi delle forme di capitalismo tradizionale che ci ha mostrato i limiti di un modello di sviluppo poco inclusivo, fondato su logiche di breve periodo che hanno accentuato distanze economiche e sociali. Analizzare costruttivamente queste questioni non significa solo agire per un nuovo futuro, ma operare per costruirlo bene, nell'interesse delle future generazioni e affrontare il tema del welfare diventa così un dovere economico, sociale e politico da proporre in un'ottica nuova, all'altezza delle trasformazioni che stiamo vivendo. Tecnologia, demografia e globalizzazione da decenni stanno cambiando la nostra società e incidono profondamente sulla sostenibilità del welfare state al quale eravamo abituati. I sistemi tradizionali già oggi in molti paesi registrano gap miliardari tra la domanda di servizi pubblici e la capacità di far fronte a tale domanda. In Italia entro il 2025 questo gap è stimato in 70 miliardi. Affrontiamo sfide inedite. La scarsa crescita demografica, il progressivo invecchiamento della popolazione, l'emergere di nuovi rischi e bisogni sociali causati dagli effetti della crisi economico-finanziaria da un lato determinano un aumento della domanda di servizi di welfare sempre più complessi, dall'altro hanno alterato il rapporto tra la popolazione attiva e chi percepisce un reddito da pensione, rendendo difficile mantenere il sistema di welfare così come era stato inizialmente pensato. Il paradigma pubblico del welfare si sta rovesciando a favore di un emergente sistema privato realizzato perlopiù dalle imprese attraverso le varie forme di sostegno aziendale, territoriale e di comunità. Il welfare aziendale può rappresentare la pietra

angolare di un nuovo contesto, che superi le logiche del sistema pubblico, ma anche della filantropia del Novecento industriale e della imprenditoria illuminata dell'Ottocento, cercando di dare risposta a queste nuove sfide. Si tratta di uno strumento di accompagnamento dell'impresa che cambia ed una leva di sviluppo: con il welfare aziendale cresce il benessere di lavoratori e territori e si salda sempre di più il legame tra l'impresa e la sua comunità.

In questo quadro, è quindi lecito domandarsi quale rapporto debba determinarsi tra produttività delle aziende e welfare. Personalmente ritengo che la risposta risieda nell'intersezione tra la disponibilità delle imprese a coltivare questa nuova idea sociale e la capacità dei dipendenti di recepire il cambiamento e farne parte. Facendo leva sullo sviluppo del clima organizzativo e del benessere dei dipendenti, le politiche di welfare aziendale incidono positivamente sul vantaggio competitivo delle aziende, ma anche sulla soddisfazione dei dipendenti. Queste iniziative rispondono infatti ai nuovi bisogni sociali in materia di assistenza sanitaria, previdenza, istruzione, formazione e work-life balance.

Esiste pertanto un nesso positivo che lega concretamente lo sviluppo economico al nuovo welfare. Per stimolare questo paradigma, in qualche modo già in atto, occorre certamente investire in specializzazione, formazione, innovazione, ricerca e sviluppo ma anche in nuovi modelli organizzativi flessibili e allo stesso tempo giusti.

Un nuovo modo di fare impresa, che riconosca l'importanza strategica delle risorse umane e faccia del welfare una vera e propria leva di sviluppo aziendale è possibile. Produttività e welfare aziendale, equilibrio tra vita lavorativa e privata, innovazione e competitività non so-

no più elementi scollegati, ma concetti strettamente connessi e interdipendenti. È indubbio che sui temi della sostenibilità e del welfare si giocherà gran parte del futuro del nostro paese, ma anche dell'Europa, l'area del mondo che se da un lato può vantare il miglior sistema di protezione sociale al mondo, dall'altro si trova ad affrontare disparità sociali al suo interno che persistono nonostante alcuni segnali di ripresa. Evidente è quindi la necessità di ricercare nuovi modelli e tipologie di intervento che affianchino o sostituiscano i sistemi tradizionali. Il welfare aziendale è una prima, importante, risposta che andrebbe supportata anche sul piano istituzionale.

Quello della ricerca di una nuova sostenibilità sociale è infatti un obiettivo che coinvolge tutti, imprese, cittadini e istituzioni. Dobbiamo concorrere tutti a realizzare un modello più solido, anche in una logica di superamento di categorie un tempo contrapposte e oggi non più attuali come ad esempio profit e non profit oppure pubblico e privato.

Le sfide che abbiamo di fronte sono troppo importanti per pensare che il cambiamento necessario sia qualcosa di estraneo alla quotidianità di ognuno di noi perché coinvolgerà tutti e determinerà nuovi modelli di condivisione comunitaria.

Siamo e saremo tutti chiamati a fare la nostra parte, ma il tempo di agire è già quello che stiamo vivendo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Avvocati d'affari

«Più tecnologia e innovazione per crescere»

Stefania Radoccia, neomanaging partner dell'area Tax and Law di Ernst & Young, è la prima donna in Italia a guidare una struttura di alto livello con 600 persone

Valentina Maglione

Crescere, crescere, crescere: sia allargando i servizi da offrire, sia consolidando quelli già esistenti. E diventare uno dei primi studi legali in Italia. È questo, in sintesi, il programma di Stefania Radoccia, 49 anni, avvocatessa specializzata in diritto del lavoro e neomanaging partner di Ernst & Young Italia Tax and Law, lo studio legale e tributario della società di consulenza e revisione. La nomina sarà formalizzata solo il prossimo 1° luglio, ma Radoccia - prima donna in Italia al vertice di uno studio top e tra i primi legali a guidare una struttura dove a fare la parte del leone è il settore fiscale - è già operativa.

Del resto, il nuovo incarico di Radoccia è in linea con quello precedente: negli ultimi tre anni per Ernst & Young è stata Italian law leader. Sotto la sua guida, l'area legale dello studio ha segnato una crescita di oltre il 30%, più che raddoppiando il numero degli avvocati, passati da 40 a 100, ampliando i settori di intervento e arrivando a coprire un quarto del fatturato dello studio.

Ora, il salto al vertice dell'intero settore legale e tributario: una struttura di quasi 600 professionisti che l'anno scorso ha fatturato 104 milioni di euro, conquistando, secondo l'indagine di *Legalcommunity.it*, il settimo posto tra le law firm che operano in Italia (ma, secondo le valutazioni di EY, dopo le acquisizioni degli ultimi mesi, lo studio sarebbe salito al quinto posto).

La nomina di Radoccia rompe la tradizione di mettere al timone un professionista senior, che lavori in un ambito core. Del resto, osserva, «è un

modo di agire vecchio stile. Per guidare un grande studio occorre conoscere non solo il business tecnico-professionale ma anche avere le competenze manageriali e comprendere l'evoluzione delle tecnologie e l'impatto che queste avranno sul settore dei servizi professionali. In questo EY mi ha supportato attraverso un percorso di formazione su leadership & management presso la Kellogg's school of management della Northwestern University e sulla strategy attraverso la business school di Harvard». Come managing partner dell'area fiscale e legale di EY in Italia, spiega Radoccia, «ho messo a punto il piano strategico per i prossimi cinque anni. Sarebbe stato impossibile farlo senza competenze in ambito manageriale».

E nei piani di Radoccia c'è la crescita, appunto, che «deve proseguire a doppia cifra anche quest'anno». L'obiettivo è crescere in entrambe le divisioni e sull'integrazione con altre competenze presenti all'interno dell'azienda per offrire servizi integrati, portando maggior valore ai clienti.

Per farlo, Radoccia intende proseguire la politica di recruiting condotta come responsabile dell'area legale. «Abbiamo allargato il team - rileva - con acquisizioni dai più importanti studi. L'ultimo ingresso è quello del team di 15 avvocati, guidati da Daniele Caneva, specializzati in proprietà intellettuale e reclutati da Crea. Ora vogliamo espanderci sia a livello territoriale, con nuovi ingressi soprattutto in Veneto ed Emilia Romagna, sia in termini di competenze, con acquisizioni nei settori di energia, infrastrutture, farmaceutico e immobiliare».

Oltre al reclutamento di nuovi professionisti, anche nell'area fiscale, per far crescere EY Tax and Law Radoccia

intende puntare sull'origination deal. «Oggi - spiega - ci occupiamo di deal tagliati sul mercato italiano, dove vince chi offre il prezzo migliore. Ma in futuro vorremmo cambiare le regole del gioco e arrivare per primi dove sta per presentarsi la necessità di consulenza di alto livello».

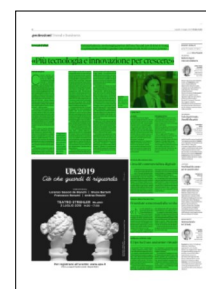
Un progetto in cui gioca un ruolo anche la tecnologia, con i tool predictive. «Puntiamo molto su tecnologia e innovazione - afferma Radoccia - tanto che un mese fa a Bari abbiamo aperto il nostro nuovo Competence center in collaborazione con il Politecnico». Si tratta di una struttura in cui entreranno professionisti e giovani laureati (si parte con 50 ma l'obiettivo è arrivare a 200 in due anni) per sviluppare nuove tecnologie, sia da usare all'interno di EY, sia da offrire ai clienti. «Intendiamo - spiega Radoccia - automatizzare alcune funzioni, dalla due diligence al contenzioso seriale alla compliance fiscale per concentrare le risorse sulle consulenze di alto livello».

Tra i settori chiave da valorizzare, per Radoccia, ci sono, nell'area fiscale, quello delle imposte sulle transazioni, il transfer price e la tassazione internazionale; l'area legale, invece, punta a rafforzarsi in finanza, crediti deteriorati Utp, cartolarizzazioni, project finance, M&a e private equity.

In cantiere, poi, annuncia la managing partner di EY Tax and Law c'è «un evento sulle infrastrutture, che vanno incentivate per far ripartire l'Italia. Abbiamo già fatto un evento sul settore energetico e abbiamo pubblicato un volume su fiscalità ed energia. L'obiettivo è posizionarci come esperti e proporci come interlocutori strategici anche a livello istituzionale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Vogliamo automatizzare le funzioni seriali per concentrare le risorse sulle consulenze più complesse»



L'IDENTIKIT

Lo studio

- Lo studio associato legale tributario (Salt) all'interno di Ernst & Young è stato istituito nel 1990. Nel 2001 diviene SlT, studio legale tributario di EY. L'attività legale vera e propria è iniziata nel 1993
- Oggi lo studio conta quasi 600 professionisti, 100 nell'area legale e gli altri nell'area fiscale. Nel 2018 ha fatturato 104 milioni di euro, di cui un quarto generato dall'area legale e il resto dall'area fiscale. Secondo il ranking di Legalcommunity.it, nel 2018 si è piazzato al settimo posto tra le law firm che operano in Italia; ma, secondo le valutazioni di EY, dopo le acquisizioni degli ultimi mesi, lo studio sarebbe salito al quinto posto

Managing partner

- Stefania Radoccia è avvocatessa specializzata in diritto del lavoro. È entrata in Ernst & Young nel 2006 e negli ultimi tre anni è stata Italian law leader. Sotto la sua guida, i professionisti dell'area legale di EY sono passati da 40 a 100 e il fatturato è salito del 30 per cento
- Dal 1° luglio sarà ufficiale la nomina di Radoccia a EY Italy Tax and Law managing partner. Radoccia prende il posto di Marco Magenta. Si tratta della prima donna in Italia alla guida di uno studio legale di grandi dimensioni e di uno dei primi casi in cui un avvocato prende il timone di una struttura sbilanciata sull'area fiscale

De Nuccio alla conferenza Efaa

L'era del commercialista digitale

La digitalizzazione sta assumendo un ruolo sempre più rilevante per le Pmi e gli studi professionali, sia per i benefici che è in grado di apportare, sia per la volontà del legislatore italiano ed europeo di spingere sempre di più verso un'economia digitale. Lo sottolinea Elbano de Nuccio, presidente dell'Ordine dei dottori commercialisti e degli esperti contabili di Bari e membro italiano del board Ifac (International federation of accountants), che sarà relatore nella conferenza internazionale organizzata dall'Efaa

(European federation of accountants and auditors for Sme) in programma ad Amsterdam il 27 giugno, dal titolo «Building the digital practice».

«Credo fortemente - dice de Nuccio - in una figura del commercialista come protagonista del processo di digitalizzazione e volano essenziale per lo sviluppo economico. Occorre diventare, però, il punto di riferimento dell'imprenditore fino a oggi disorientato da una normativa fiscale schizofrenica».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Domani a Milano l'incontro Sisco

Procedure concorsuali alla svolta

«Novità legislative e giurisprudenziali in materia di procedure concorsuali»: è il tema della prima relazione del pomeriggio di studio organizzato domani a Milano dalla Società italiana di studi concorsuali (Sisco) per i propri soci. L'evento, che dà diritto a crediti formativi, inizierà alle 17 presso la sala Colucci dell'Unione commercianti (corso Venezia 47/49).

I lavori saranno coordinati da Angelo Castagnola, ordinario di di-

ritto fallimentare all'Università Statale di Milano e presidente Sisco.

Ci saranno le relazioni di Francesco Pipicelli, magistrato del tribunale di Milano, sul tema «Aggiornamento sulle determinazioni del plenum della sezione fallimentare del tribunale di Milano» e quella - citata sopra e introduttiva all'incontro - di Nicolò Nisiovocchia, avvocato del foro di Milano.

Ulteriori informazioni sono reperibili sul sito internet della Società: www.sisco.org

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Intelligenza artificiale e Gdpr

Il Dpo ha il suo assistente virtuale

Il suo nome è "Tony". Si tratta di uno Chatbot in grado, tra l'altro, di fornire informazioni generali sul Gdpr, erogare contenuti multimediali, documentazione formativa e supportare le varie funzioni aziendali negli adempimenti previsti dal regolamento europeo sulla privacy. Un vero e proprio assistente virtuale per il Dpo (data protection officer).

La nuova soluzione di intelligenza artificiale con capacità semantiche nasce dalla collaborazione tra il grup-

po Omnipart, specializzato nella consulenza manageriale, e la startup italiana Optimist.

Il team legal di Omnipart ha curato l'istruzione sui temi del Gdpr e sulle buone pratiche per la gestione dei processi di protezione dei dati personali, nonché definito le strategie di interazione fra l'utente e il sistema, naturale, mentre l'implementazione tecnologica è stata effettuata sulla piattaforma Optimist.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Al vertice.**

Stefania Radoccia, 49 anni, dal 1° luglio Ernst & Young Italy Tax and Law managing partner

Idee

Il certificato per lo spazio

Oval continua a farsi largo tra gli investimenti. Dopo aver lanciato in occasione del suo secondo compleanno, lo scorso aprile, il prodotto TassoFisso (la sottoscrizione è stata poi rinnovata fino al 30 giugno), nelle ultime settimane la startup britannica ha allargato l'offerta di portafogli tematici disponibili direttamente dall'applicazione con due nuovi Etn (exchange traded notes). Il primo, *Yes We Can(nabis)*, investe in aziende che supportano la legalizzazione della marijuana a fini terapeutici. L'adozione della marijuana e i suoi componenti come il Cbd (cannabidiolo) in campo medico è in forte crescita per le terapie contro il cancro, disturbi mentali, dolore cronico e altre patologie. Secondo un rapporto di Grand View Research, una società di ricerca americana, il mercato globale della marijuana legale dovrebbe raggiungere i 146 miliardi di dollari entro la fine del 2025. Il secondo, *Race for Space*, investe invece in aziende all'avanguardia nel settore aerospaziale, delle sicurezze e delle tecnologie avanzate, oltre che nella scoperta dello spazio. L'intero settore è stato valutato 360 miliardi di dollari nel 2018 e si prevede una crescita che lo porterà a valere 558 miliardi entro il 2026. Entrambi i prodotti hanno un rischio molto alto. Le commissioni di gestione ammontano all'1%, mentre l'investimento minimo richiesto è di 50 euro, con una permanenza minima nel fondo di 7 giorni.

Ga. Petr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Margrethe Vestager e la voglia di farci amare di nuovo l'Europa. Intervista

VESTAGER E IL RINASCIMENTO EUROPEO

La commissaria alla Concorrenza oggi è popolarissima (e in lizza per il posto più alto). Google, Amazon, lo scorporo dei monopoli tech, un'Europa più innovativa, la risposta ai populisti e un filo rosso: tornare a essere orgogliosi dell'Unione. Intervista esclusiva

*“Il punto su cui bisogna insistere è che una **vita comoda** e una **vita buona** non sono necessariamente la stessa cosa”, dice Vestager. Sembra la perfetta confutazione delle **tecnodittature** che stanno prendendo piede in molti paesi, compresa la **Cina**, dove la **tecnologia** è usata per dare ai cittadini una vita comoda ma **priva di diritti**”*

DI EUGENIO CAU

Per molto tempo, Margrethe Vestager è stata una politica incompresa. All'inizio del suo incarico come commissaria europea per la Concorrenza, cinque anni fa, le sue indagini sui monopoli nel settore tecnologico non erano viste di buon occhio dalla maggioranza dei cittadini europei. A ogni multa contro Apple, a ogni indagine sull'abuso di posizione dominante di Google, a ogni inchiesta contro Amazon, l'impressione che ne usciva era che l'arcigna burocrazia brussellese si stesse accanendo contro le compagnie agili e smart della Silicon Valley. Ecco, l'Unione europea vuole mettere lacci e laccioli al mercato, perché la Vestager ci vuole togliere il nostro Android, perché non le va bene com'è fatto l'App Store, sono così comodi, ci troviamo bene a usarli, che male farà mai? Nei primi anni del suo mandato, Margrethe Vestager era diventata la personificazione della mano dura dell'Europa contro il libero mercato e contro le aziende della Silicon Valley, che donavano al mondo una meraviglia via l'altra, e per di più gratis. Eravamo tutti presi da quanto fossero belle le app e i progetti futuristici presentati da Google, in molti paesi europei Amazon era arrivato da pochi anni e tutti trascorrevamo il tempo deliziandoci per le consegne in 24 ore, era il periodo d'oro degli iPhone. Perché la Vestager continuava a mettere i bastoni tra le ruote dell'innovazione?

Per lei, che appartiene alla famiglia politica dei liberali e che nella sua sala d'attesa a Bruxelles ha appeso una gigantografia di Margaret Thatcher a colloquio con il primo commissario europeo danese, non deve essere stato facile sentirsi dire in quel periodo che stava ostacolando la libertà d'impresa. Quando gliel'ho ricordato, due settimane fa, la commissaria Vestager ha stretto le labbra e ha detto soltanto: “Uhm”.



Poi qualcosa è cambiato. E' difficile veicolare quella che è poco più di un'impressione, ma chi ha seguito la traiettoria delle indagini di Vestager sul settore tecnologico potrà confermarlo. Se l'apertura delle indagini contro Google per abuso di posizione dominante nel 2015-2016 fu accolta in maniera eminentemente negativa, la loro chiusura un paio d'anni dopo con multe multimiliardarie fu accolta con tutt'altro spirito, in alcuni casi quasi con esultanza. "Sono successe molte cose negli ultimi cinque anni", dice Vestager al Foglio. "Ci sono stati gli scandali come Cambridge Analytica. Ci sono stati i casi di cui ci siamo occupati. Abbiamo rilevato comportamenti illegali da parte di Google non in uno, non in due ma in tre casi differenti. C'è stato il caso degli ebook che abbiamo chiuso con un accordo con Amazon. E poi non bisogna dimenticare i diritti digitali che abbiamo introdotto per difendere la privacy dei cittadini: il diritto di essere dimenticati, la portabilità".

Vestager ha multato Google per 2,4 miliardi di euro nel giugno 2017 per il caso Google Shopping, di 4,3 miliardi nel luglio del 2018 per il caso Android (Google ha fatto ricorso), e di 1,49 miliardi lo scorso marzo per il caso AdSense (ricorso anche qui). In particolare la multa da 4,9 miliardi, la più grande della storia europea in un caso simile, fu accolta nell'Unione con una certa eccitazione. In pochi anni, tra il 2016 e il 2017, l'immagine della commissaria Vestager è passata da quella di burocrate che opprime le meravigliose aziende tecnologiche a quella di politica con mano ferma che tiene a bada lo strapotere pericoloso di quelle stesse aziende.

Non che Vestager si occupi soltanto di tecnologia. Il giorno in cui sono andato a trovarla nel suo ufficio, aveva appena annunciato il parere negativo della Commissione alla fusione tra Thyssenkrupp e Tata Steel, due giganti del settore dell'acciaio. Vestager ha lavorato a infiniti casi in tutti i settori dell'economia, ma quelli per cui sarà ricordata, quelli che definiranno la sua legacy e quelli che l'hanno trasformata da arcigno burocrate a beniamina europea riguardano la tecnologia. Oltre ai casi di Google, nel maggio del 2017 Vestager ha costretto Amazon a cambiare il contratto dei suoi Kindle (e poi lo stesso anno ha emesso contro l'azienda una multa da 250 milioni di euro per tasse non pagate). Nell'agosto del 2016 ha comminato ad Apple una megamulta da 13 miliardi di euro per aver ricevuto benefici fiscali illegali dal governo irlandese. Nel gennaio del 2018 ha multato Qualcomm, produttore americano di microchip, per un miliardo. Per la maggior parte di questi casi, la reazione è stata la stessa: accolti con i fischi alla loro apertura, applauditi qualche anno dopo alla chiusura delle indagini - spesso dalle medesime persone.

Oggi Margrethe Vestager è la politica più popolare in servizio nelle istituzioni dell'Unione ed è in lizza per il posto di presidente della Commissione, anche se il gioco per ottenere la poltrona più importante a

Bruxelles è ancora lungo e complicato. Secondo un sondaggio di Burson Cohn & Wolfe è di gran lunga la più apprezzata tra i membri della Commissione di Jean-Claude Juncker, e l'unica a superare il 50 per cento di approvazione (50,2, per l'esattezza), segno che il cambiamento è stato profondo. "In generale, ci siamo accorti che la società deve essere al comando quando si parla del rapporto con la grande industria tecnologica", dice lei. "Perché altrimenti finiamo per privatizzare la gestione di tutta la nostra società nelle questioni più private come le amicizie, il business, il commercio e ovviamente la democrazia. Questo è stato il cambiamento".

Mettiamola così. L'Europa è a un passaggio cruciale della sua storia. E' ancora tormentata dalla Brexit, martoriata dal populismo e dalle divisioni interne. Non si è ripresa completamente dalla crisi finanziaria, e anzi la crisi del debito è ancora una ragione di preoccupazione in molti paesi, compreso il nostro. Il progetto dell'Unione è sotto pressione, ed è continuamente pungolato da Donald Trump, che vede nell'Ue non un alleato prezioso ma un rivale strategico. L'Europa ha un bisogno disperato di un'identità, e in Margrethe Vestager ha scoperto qualcuno che può dargliene almeno un pezzettino. Il fatto che l'Europa sia l'unico posto al mondo dove i giganti della Silicon Valley entrano con timore e vengono resi responsabili delle loro azioni è diventato ragione di orgoglio quasi nazionalista (ma quando è nazionalismo paneuropeo è nazionalismo positivo, diciamo). Vestager parla di valori: "Esiste qualcosa che possiamo definire come valori europei", dice. "In Europa chi ha successo è il benvenuto. I tuoi clienti amano il tuo prodotto, cresci, hai successo, diventi più forte, ti espandi. Ma è anche molto europeo dire: 'Se sei potente hai più responsabilità, la responsabilità di non fare uso improprio del tuo potere, di non rendere impossibile agli altri competere contro di te'". Quando vedi che tutto il mondo si inchina a Google e l'Europa no, allora pensi che forse essere europeo non è poi così male.

Ormai tutte le volte che c'è da parlare di regolamentazione del settore tech l'Europa viene indicata come esempio. Non soltanto per le inchieste di Vestager, ma anche per il Gdpr, la normativa sul copyright, il diritto di essere dimenticati, che fu introdotto nell'Unione europea nel 2014 tra molte perplessità e che adesso è riconosciuto da molti esperti come l'inizio della riscossa contro il capitalismo di sorveglianza -tra questi Shoshana Zuboff, la professoressa di Harvard che il termine "capitalismo di sorveglianza" l'ha coniato e reso popolare.

Perfino gli americani se ne sono accorti. Se qualche anno fa un approccio regolatorio attivo sul settore tecnologico era impensabile a Washington, oggi è un'opzione considerata da molti, e Vestager è presa a modello. Infiniti media americani l'hanno incoronata come la donna più potente del mondo della tecnologia, e l'hanno accolta nei consessi più importanti con gran-

di onori. Lo scorso marzo Vestager era l'ospite principale del Sxsw, l'evento delle élite cultural-tech ad Austin, Texas, e tutti hanno applaudito entusiasti la donna che più di ogni altro al mondo ha preso a bastonate i campioni dell'élite tecnologica d'America.

All'inizio di questo mese le agenzie di regolamentazione dell'Amministrazione americana, il dipartimento di Giustizia e la commissione federale sul Commercio (FTC) hanno trovato un accordo per dividersi tra loro le possibili indagini antitrust contro Big Tech: se dovessero sorgere inchieste su Google o su Apple se ne occuperà il dipartimento di Giustizia; se dovessero sorgere inchieste su Facebook o su Amazon se ne occuperà la FTC. Quest'attivismo è una rivoluzione per l'Antitrust americano, ma non è niente di nuovo qui in Europa. Quando chiedo a Vestager se, inaspettatamente, nel campo della regolamentazione di Big Tech l'America si stia europeizzando, lei sorride e dice che "gli americani continueranno a fare gli americani, gli europei gli europei. Ma sarà interessante vedere cosa succederà".

Negli Stati Uniti c'è anche chi va oltre. Elizabeth Warren, candidata alla presidenza per il Partito democratico in fortissima ascesa, ha chiesto di recente che le grandi aziende tech come Google e Facebook siano scorporate, come fece Teddy Roosevelt con i *robber baron* all'inizio del Novecento. Vestager non è ancora convinta che questo sia il momento: "Scorporare le aziende per me è una misura di ultima istanza. L'obiettivo è fare in modo che il mercato funzioni. Fare in modo che i nuovi arrivati, gli innovatori, abbiano le loro possibilità di entrare nel mercato e di farcela. Vorremmo utilizzare i metodi meno aggressivi possibile per fare in modo che questo avvenga. Per esempio nel caso degli ebook di Amazon abbiamo trovato un accordo con l'azienda e adesso ci sono prodotti innovativi e nuovi business che entrano in quel mercato. Questo è un modo non aggressivo di agire, che tuttavia cambia il mercato e lo apre alla concorrenza. Poi c'è stato il primo caso Google, in cui si sono state una multa, una diffida, c'è stato l'ordine di equo trattamento, e questo ovviamente è un metodo molto più aggressivo", come a dire: abbiamo molte armi a disposizione. "Ma ovviamente, se non funziona niente, come ultima risorsa c'è lo scorporo delle aziende".

Il tema di trovare una via europea alla tecnologia è il filo rosso dell'attività di Vestager e di alcuni suoi colleghi come l'estone Andrus Ansip, vicepresidente della Commissione con delega al mercato unico digitale. Trovare un modello europeo è un aspetto rilevante, per esempio, quando si parla dell'ossessione per i campioni tecnologici. E' una questione storica, che tormenta legislatori e imprenditori europei da un decennio: perché qui da noi non è nato un Google, un Facebook, un Alibaba? I governi costruiscono cluster tecnologici per ricreare "la Silicon Valley francese" (o tedesca, o spagnola; italiana no). Gli imprenditori cercano spunto dagli Stati Uniti e spendono fortune

per creare incubatori di startup come quelli californiani, e tutti si chiedono spasmodicamente: quando emergerà il Mark Zuckerberg europeo? Anche qui il punto è trovare una European way. “E’ difficile dire se c’è bisogno o meno di un ‘gigante’ tecnologico nel nostro continente”, dice Vestager. “Abbiamo già un gigante nel settore del business, che è SAP, e Spotify è una grande compagnia europea. Ma una delle ragioni per cui c’è stata poca trazione quando si parla di giganti tecnologici in Europa deriva da un fattore ovvio, cioè il fatto che fino a poco tempo fa non abbiamo avuto un mercato unico digitale. Abbiamo numerosi mercati nazionali, barriere culturali, barriere linguistiche, barriere nei finanziamenti. Google, Apple, Amazon crescono in un mercato unico, quello americano, e poi si spostano in Europa con prodotti superiori perché ormai sono forti, hanno molti dati, e a quel punto è facile ottenere il favore degli utenti”.

La soluzione, per Vestager, non è ingegnerizzare un campione locale, ma fare in modo che il terreno europeo sia il più fertile possibile, per tutte le imprese grandi o piccole. Fa l’esempio delle infrastrutture: “Dovremmo cercare di ripensare a quello che si ritiene servizio pubblico. Per esempio tutti pensiamo che il nostro passaporto sia un mezzo di identificazione ovvio. E’ gestito in maniera pubblica dagli stati che serve a ciascun individuo per identificarsi. Dovremmo avere la stessa cosa nel mondo digitale. E’ un paradosso che possiamo fare log-in con Facebook o con Google e dare via dati su dati su dati anziché avere un’identità gestita pubblicamente che protegge la nostra privacy e che non affida a terzi più dati di quanto è assolutamente necessario per l’identificazione. Questo sarebbe un esempio di un’infrastruttura adatta a quest’epoca”.

Il bisogno di essere grandi nasce anche da un’altra idea: in questo mondo in cui si armano nuove superpotenze e si innalzano muri, se non sei grande abbastanza sei condannato a rimanere schiacciato o suddito. Un esempio su tutti, che viene fatto ormai a ripetizione, è la Cina, che in occidente è ormai uno spauracchio buono per tutte le occasioni. Washington mette in guardia l’Europa contro la Cina e contro le sue aziende. Mark Zuckerberg, ceo di Facebook, durante la sua celebre deposizione davanti al Congresso americano usò la Cina come miglior argomento contro uno scorporo delle sue imprese: se il nostro potere verrà spezzato, disse, saremo invasi dalle aziende cinesi. Ed effettivamente ci sono ragioni per cui temere l’assertività cinese. Ma per Vestager il punto non è sollecitare le paure, né diventare più grandi per controbattere ai giganti. Il punto è essere coraggiosi – e se possibile uniti: “Non vedo necessariamente una minaccia cinese. Quello che vedo è che se noi siamo troppo timidi, non siamo abbastanza coraggiosi nel dire: questo è ciò che vogliamo fare, questo è ciò che non vogliamo fare”, dice Vestager.

La commissaria fa l’esempio dell’intelligenza artificiale, sulla quale è in corso una gara tecnologica tra

Stati Uniti e Cina. Anche in questo caso, insiste sulla terza via, la European way: “Abbiamo presentato un framework per l'intelligenza artificiale in cui cerchiamo di creare una strada europea che sostenga lo sviluppo dell'AI, ma che al tempo stesso preveda la creazione di un'AI di cui ci possiamo fidare. Che sia centrata sull'essere umano e serva la causa dell'umanità. Vogliamo che la responsabilità sia nelle mani di qualcuno che possa risponderne, e non che tutto sia gestito da una scatola nera imperscrutabile”. Qui il riferimento è al fatto che nelle principali tecniche di machine learning quello che avviene dentro alla macchina è imperscrutabile anche per gli scienziati: la macchina parte da certi dati e sputa un risultato, quello che succede nel mezzo non si sa, e questo chiaramente è preoccupante. Continua Vestager: “Il nostro è un approccio molto differente dall'approccio cinese”.

“Ma il punto su cui bisogna insistere è che una vita comoda e una vita buona non sono necessariamente la stessa cosa”, continua Vestager. Qui forse sono io che carico di significato le parole di Vestager, ma questa sembra la perfetta confutazione delle tecnodittature che stanno prendendo piede in molti paesi, compresa la Cina, dove la tecnologia è usata per dare ai cittadini una vita comoda ma priva di diritti. Questa vita comoda non necessariamente è una vita giusta. “Le persone devono comprendere qual è la posta in gioco. Altrimenti non ci sarà una democrazia dei dati. Ci sarà un'egemonia di business che sono del tutto al di fuori del controllo democratico”.

Il controllo democratico è fondamentale, perché siamo davanti a “una nuova rivoluzione industriale”, dice Vestager, e il modo in cui gestiremo la transizione cambierà le nostre vite per i prossimi decenni. “Questo non è soltanto uno sviluppo digitale, non è un evento secondario, e nei prossimi anni vedremo sostanzialmente due tipi di industrie: quelle che riescono a trasformarsi grazie alla digitalizzazione e quelle che ne vengono trasformate. E lo stesso avverrà con il settore pubblico, con l'amministrazione, la salute, la mobilità, tutto. Per questo la rivoluzione industriale deve essere una delle questioni primarie, perché influenza tutto ciò che facciamo. E questo non riguarda soltanto il settore digitale, il campo è ampissimo. Le scienze biologiche stanno affrontando cambiamenti enormi, e ci sono settori di cui conosciamo soltanto alcuni lineamenti, come blockchain e quantum computing. Per questo se vogliamo fare qualcosa di utile, dobbiamo fare in modo che le nostre democrazie siano sul sedile di guida”.

E dunque qual è la ricetta Vestager per l'innovazione? La metafora culinaria fa sorridere la commissaria, che è famosa per due cose: ama sferruzzare all'uncinetto e prepara ottimi biscotti, che offre anche ai giornalisti (non nel mio caso, purtroppo). “Anzitutto serve una cucchiata bella grossa di competizione, che è il fattore più importante dell'innovazione. Senza competizione non hai gli strumenti per essere il prossimo imprenditore di successo. Affinché questo

accada c'è bisogno che i mercati siano aperti, perché senza mercati aperti perché mai qualcuno dovrebbe investire in un'innovazione se non c'è la possibilità di presentarla ai consumatori? Questa è la ragione per cui sono necessarie idee come il multihoming e il fatto che tutto possa lavorare assieme senza frizioni pur dentro a ecosistemi diversi. Gli utenti devono sentirsi liberi di provare cose nuove, non devono temere di lasciare il sistema che conoscono, comodo e funzionale per provarne uno nuovo”. Questa è una delle chiavi dell'innovazione europea per come l'ha promossa in questi anni Margrethe Vestager. “Multihoming” è un termine che deriva dalla gestione delle reti, ma in senso più lato significa: dare la propria fedeltà a più di una piattaforma. Wikipedia fa due esempi molto calzanti di multihoming: quando un consumatore utilizza carte di credito di più di un circuito bancario, o quando un consumatore ha due computer con due sistemi operativi diversi. Il problema del multihoming, chiaramente, è la compatibilità, ed è questa compatibilità senza frizioni l'obiettivo che Vestager vorrebbe raggiungere. L'idea potrebbe essere questa: se voglio abbandonare Facebook per un altro social network non devo essere obbligato ad abbandonare tutte le connessioni che ho su Facebook (in questo momento un social network alternativo non esiste perché tutti sanno che nessuno vuole abbandonare i suoi amici di Facebook). “Dunque gli elementi chiave dell'innovazione sono l'apertura, la continuità che consente ai sistemi di lavorare assieme e il fatto che le persone abbiano un accesso a molteplici piattaforme. Senza questi ingredienti rischiamo di assistere a una crisi degli investimenti e dello spirito imprenditoriale”.

A questo punto Vestager fa una cosa molto stevejobiana e dice: “One more thing”.

“C'è bisogno di competenze. Di persone intelligenti, creative, e che abbiano la persistenza di creare non soltanto un'innovazione, ma un prodotto. E in questo spesso sottovalutiamo quanto sia importante il fatto di avere un sistema di istruzione buono e aperto”.

Ormai stiamo parlando di policy. Vestager è in piena campagna per la nomina a presidente della Commissione Ue, e le elezioni di fine maggio per il Parlamento europeo sono andate bene per la sua famiglia liberale, che dopo il voto si è ribattezzata Renew Europe. “Le elezioni per il Parlamento europeo sono state differenti dal solito, e per molti versi sorprendenti. La destra e la destra estrema non hanno ottenuto il successo che si temeva”, dice Vestager, ricordando come i partiti populistici, che avrebbero dovuto invadere l'Europarlamento, siano sì avanzati, ma non tanto quanto avrebbero sperato. “Per esempio i verdi e la mia famiglia liberale hanno aumentato i propri seggi, e il vecchio monopolio del potere è stato spezzato. Possono formarsi nuove coalizioni e possono succedere cose nuove. E hanno votato molte più persone, quasi il 51 per cento dei cittadini, che penso sia il record degli ultimi 25 anni. I cittadini hanno riposto la loro fiducia nella nostra democrazia”.

Vestager è lo “spitzenkandidat” di Renew Europe per la presidenza della Commissione europea. Si dice che lei sia uno degli unici due candidati che godono della piena benedizione del presidente francese Emmanuel Macron (l'altro è Angela Merkel, la cancelliera tedesca), e allora le chiedo qualcosa di più della sua idea di Europa, ad ampio spettro. La domanda riprende lo stesso discorso che è stato il filo rosso di tutta la conversazione, l'identità e la riscossa europee, ed è: come si fa a rendere l'Europa più popolare senza però renderla populista? Le chiedo di elencare un programma in cinque punti, eccoli:

Uno. “La prima cosa deve essere una migliore connessione con gli stati membri. Abbiamo trascorso decenni a cercare di integrare nuovi stati nell'Unione europea ma non abbiamo fatto abbastanza sforzi per integrare l'Unione europea dentro agli stati membri. Se la connessione è maggiore, allora ci saranno persone che parlano di quello che succede nella nostra democrazia europea in maniera più intensa e appassionata. E questo è importante perché altrimenti la politica europea è molto più lontana dai cittadini rispetto ai politici locali o nazionali”.

Due. “In secondo luogo dobbiamo fare in modo di realizzare ciò che i cittadini ci chiedono. La rivoluzione industriale è una delle priorità, con tutto ciò che concerne il digitale, perché questo interessa i posti di lavoro, lo stile di vita, la mobilità: tutto. Inoltre dobbiamo fare in modo che le persone si sentano al sicuro, che non siano un ingranaggio in carne e ossa di una grande macchina”.

Tre. “La terza questione è il cambiamento climatico. Questo è un punto importante, perché riguarda la trasformazione di tutta l'Europa. A prima vista sembra impossibile da farsi: molte cose dovranno cambiare e al tempo stesso dovremo riuscire a mantenere il tenore di vita e il welfare delle società in cui viviamo attualmente. E' molto importante far capire ai cittadini europei che ce la possiamo fare”.

Quattro. “Quarto punto è garantire la sicurezza. C'è un lato digitale importante, perché le minacce cyber sono presenti, ed è molto difficile gestirle stato per stato. Poi servono controlli alle frontiere, dobbiamo sapere chi entra e chi esce dall'Europa. Questa è una di quelle cose in cui le persone dicono: nel mio paese ci sentiamo piuttosto piccoli quando dobbiamo affrontare temi come la sicurezza alle frontiere, perché la questione è difficile, complessa ed estremamente costosa”.

Cinque. “Ultimo, ma non ultimo, dobbiamo assicurarci che essere cittadino europeo abbia un senso. Che tutti possano godersi la vita in un'Unione europea basata sullo stato di diritto, che ci sia libertà di stampa, che con il caffè del mattino si possa leggere un giornale che sia ben fatto e che sia affidabile, anche quando ci sono scritte cose con cui non si è in accordo”.

Cinque bis. “E ovviamente l'Unione deve essere basata sull'uguaglianza di genere. Possiamo cominciar-

la a costruire fin da subito creando una Commissione europea che sia bilanciata dal punto di vista del genere”. E qui è facile capire a cosa si riferisca Vestager.

A proposito di uguaglianza di genere. In Europa i leader donne sono sempre di più. Vestager è un ottimo esempio, Angela Merkel è un riferimento di generazioni di ragazze, ma poi c'è la nuova leader socialdemocratica danese, Mette Frederiksen (la Danimarca è fucina di donne forti), la nuova presidente della Slovacchia, Zuzana Caputova, la leader dei verdi tedeschi Annalena Baerbock, e potremmo andare avanti. Tutte queste leader hanno una cosa in comune: hanno battuto i populistici. E allora bisogna chiedere a Vestager, che fa parte di questo club, se vede un trend. Lei risponde che le donne, in sé, non sono necessariamente un antidoto al populismo. “Nel mio paese c'è tutta una serie di leader donne e populiste”, dice. Ma è un antidoto in sé, invece, il fatto che sempre più donne abbiano deciso di buttarsi nella mischia della politica. “Penso che la diversity nella leadership sia il cuore della questione. Perché se c'è una leadership più bilanciata dal punto di vista del genere è anche più facile tirare fuori il meglio dagli uomini, che non sono più obbligati ad assomigliare gli uni agli altri”. Qui Vestager esita un attimo, cerca di trovare la metafora giusta. “Una delle principali differenze tra i generi è che le donne preferiscono mostrarsi diverse le une dalle altre, gli uomini simili. E penso che ci sia molto potere e molta emancipazione in gruppi con più diversity, perché ci sono più punti di vista differenti ed è possibile prendere decisioni migliori. C'è molta libertà e qualità e dinamismo nell'equilibrio tra i generi”.

Chiedo a Vestager che cosa pensa della situazione italiana. E' la prima volta che le forze di governo di uno dei paesi fondatori dell'Unione diventano promotrici di politiche euroscettiche e di alleanze del populismo transnazionale. Vestager dice che “il populismo mi preoccupa in tutte le sue forme”, e che quello che sta succedendo in Italia non è affatto nuovo: “Non è un'idea nuova che qualcuno dica: ‘Tutti gli altri non hanno capito niente, io ho capito tutto e ho qui la soluzione miracolosa per tutti i vostri problemi’. Questa è un'idea vecchia. Non molto innovativa. I libri di storia sono pieni di esempi così. Ciò che deve far pensare è che i cittadini credano a queste storie e dicano: ‘Voglio votare per lui’”. La soluzione è in tre parti. La prima, bisogna studiare: “Dobbiamo pensare, ascoltare, parlare con le persone e infine decidere e agire”. La seconda, bisogna riappropriarsi della realtà: “Dobbiamo interrompere la retorica delle soluzioni miracolose e cominciare a trovare risposte che funzionino nella vita reale”, e questa è un'invocazione che ormai si sente sempre di più. Rory Stewart, candidato alla leadership del Partito conservatore britannico (ha perso, ma torneremo a sentir parlare di lui) ha usato come slogan “Yes to reality!”, basta con i politici che ci raccontano le favole.

Ma la soluzione principale è legata sempre allo stesso filo rosso, che è quello della riscossa della no-

stra Europa che sta a cuore a Vestager: “Dobbiamo ridare ai nostri cittadini l’orgoglio di essere cittadini europei”.

L’Europa ha un bisogno disperato di un’identità, e in Vestager ha scoperto qualcuno che può dargliene almeno un pezzettino. Il fatto che l’Europa sia l’unico posto al mondo dove i giganti della Silicon Valley entrano con timore e vengono resi responsabili delle loro azioni è diventato ragione di orgoglio

“Le elezioni per il Parlamento europeo sono state differenti dal solito, sorprendenti. La destra e la destra estrema non hanno ottenuto il successo che si temeva e grazie a verdi e liberali il vecchio monopolio del potere è stato spezzato. Possono formarsi nuove coalizioni e possono succedere cose nuove”

“Ci siamo accorti che la società deve essere al comando quando si parla del rapporto con la grande industria tecnologica”, dice la commissaria, e anche gli americani hanno preso nota: nelle ultime settimane le agenzie Antitrust di Washington hanno cominciato a lavorare su Big Tech, proprio come a Bruxelles

“Non è un’idea nuova che qualcuno dica: ‘Tutti gli altri non hanno capito niente, io ho capito tutto e ho qui la soluzione miracolosa per tutti i problemi’. I libri di storia sono pieni di esempi così. Per guardare avanti bisogna studiare e soprattutto riappropriarsi della realtà con “soluzioni che funzionano nella vita reale”





La commissaria europea alla Concorrenza, Margrethe Vestager (foto Emmanuel Dunand/Afp)



Margrethe Vestager durante la notte elettorale delle ultime europee, lo scorso maggio (foto Emmanuel Dunand/Afp)

ANDREA SOMMARIVA

Space Economy pronta al decollo
«Una rivoluzione. Ed è solo l'inizio»

Dal turismo alla banda larga satellitare «Una rivoluzione. E siamo solo all'inizio»

Secondo Andrea Sommariva, direttore dello Space Economy Evolution Lab della Sda Bocconi di Milano, la conquista dello spazio da parte delle imprese è una grande opportunità di crescita

**I voli suborbitali sono quasi realtà
Branson ha già venduto 700 biglietti**

Il miliardario Richard Branson è il vero pioniere del turismo spaziale: oggi è molto vicino alla commercializzazione dei suoi voli suborbitali e ha già venduto 700 biglietti

■ MILANO

LA conquista dello spazio da parte delle imprese private è una grande rivoluzione, di cui stiamo vedendo soltanto l'inizio. E' la previsione di Andrea Sommariva, direttore dello Space Economy Evolution Lab della Sda Bocconi di Milano, un centro unico al mondo, focalizzato sullo studio interdisciplinare, per esaminare gli aspetti finanziari, economici, tecnici, legali e politici dell'economia dello spazio.

L'economia dello spazio gira attualmente soprattutto sui servizi forniti dai satelliti. Come si evolveranno?

«L'economia dello spazio è una data economy. Grazie alla miniaturizzazione dei circuiti, i costi dei satelliti si sono molto ridotti e così il costo dei servizi correlati. Da qui l'enorme diffusione di questi servizi, che vanno dalle telecomunicazioni al broadcasting, fino ai servizi meteorologici, al monitoraggio del clima e all'osservazione della Terra, che hanno vaste applicazioni in molteplici campi, in agricoltura, nella navigazione, nel traffico aereo, per le fonti energetiche alternative, per i servizi di business intelligence, per le assicurazioni. Oggi vediamo solo la punta dell'iceberg».

Quindi parlare di un giro d'affari da 350 miliardi è riduttivo?

«I 350 miliardi comprendono due grandi ambiti: la costruzione di infrastrutture, materiali e strumenti utili alle operazioni nello spazio e le applicazioni basate su queste infrastrutture spaziali, escludendo le missioni spaziali vere e proprie. Quindi al momento si quantifica solo il giro d'affari diretto, non le ricadute delle operazioni spaziali sulla produttività di interi settori, che sono molto ampie e andrebbero misurate, un'impresa difficile che stiamo affrontando insieme allo Space Policy Institute della George Washington University e alla Secure World Foundation».

In questo mercato gli Usa hanno metà della torta e la Cina un terzo, mentre all'Europa resta una fetta piccolissima, perché?

«L'Europa è troppo frammentata, manca un centro comune di policy e linee guida comuni, perché lo spazio è un campo che ricade nella sicurezza nazionale. Sul piano industriale, l'Europa è molto carente soprattutto nel campo dei lanciatori, di cui abbiamo solo un produttore in tutto il continente, ArianeSpace. Però ha un'imprenditorialità nascente che non va sottovalutata. In Italia, dove l'economia dello spazio ha un giro d'affari di

2 miliardi di euro, stanno nascendo parecchie startup interessanti, società che hanno sviluppato algoritmi avanzati per la gestione dei dati e altre che si occupano di nanosatelliti, come la lombarda D-Orbit o la pugliese Sitael».

Quali saranno gli sviluppi più interessanti?

«Il progetto più promettente è sicuramente quello della banda larga satellitare, che con 20mila satelliti potrebbe portare la connessione internet a 2 miliardi di persone che non ce l'hanno, e soprattutto abbattere ulteriormente il costo del traffico dati per tutti. Ma anche i servizi di osservazione della Terra saranno sempre più importanti, in particolare con l'avanzata dei cambiamenti climatici».

E il turismo?

«Certo, è un business nascente ma crescerà. Branson è molto vicino alla commercializzazione dei suoi voli suborbitali e ha già venduto 700 biglietti, uno dei quali anche a un collega della Bocconi, quindi il mercato è reale. Quello di cui si parla poco, ma secondo me avrà grandi sviluppi, è il volo ipersonico, al confine fra tecnologia aerea e spaziale, che consentirà di andare in un'ora da Grottaglie a San Francisco o in due ore a Sydney. E' un settore che ha un grande futuro».

Elena Comelli


© RIPRODUZIONE RISERVATA





**«Il volo
ipersonico,
al confine fra
tecnologia
aerea
e spaziale,
consentirà
di andare
in un'ora da
Grottaglie a
San Francisco
o in due ore
a Sydney»**

ANDREA
SOMMARIVA
Sda Bocconi

Il commento	
PAOLO BOCCARDELLI	

LA VERA MANOVRA È LA RIVOLUZIONE DIGITALE

Le recenti considerazioni del Governatore della Banca d'Italia Visco non lasciano spazio a interpretazioni: l'Italia ha un gap digitale, è tecnologicamente indietro rispetto alla media europea a causa della sua "struttura produttiva frammentata" e allo "sviluppo limitato delle reti tlc di nuova generazione". D'altro canto, nell'indice di digitalizzazione dell'economia e della società (DESI) della Commissione Europea per il 2019, l'Italia si colloca al 24° posto fra i 28 Stati membri dell'UE; solo il 92 % delle persone di età compresa tra i 16 e i 24 anni usano abitualmente internet, il che posiziona l'Italia all'ultimo posto in UE, e oltre metà della popolazione non possiede competenze digitali di base, con il risultato che nella categoria "Capitale umano" ci collochiamo al 26esimo posto. Tale carenza si riflette anche in un minore utilizzo dei servizi online, dove si registrano ben pochi progressi, sia da parte dei cittadini che delle PMI che rappresentano l'ossatura del nostro capitalismo. Secondo i dati diffusi da Sace nel 2018, a causa del deficit infrastrutturale, dove la parte legata alle reti e alle tecnologie è molto rilevante, l'Italia perde 70 miliardi di euro l'anno di esportazioni, l'equivalente di 4 punti percentuali di prodotto interno lordo. Non ce lo possiamo permettere: le infrastrutture, le tecnologie, le competenze digitali rappresentano fattori cruciali per poter competere in un mondo sempre più complesso e connesso. Ma per colmare il divario servono investimenti importanti. Se guardiamo alla banda ultralarga mobile, il "5G Wireless Outlook" di Morgan Stanley stima che le spese a carico degli operatori di telecomunicazioni ammonteranno a circa 225 miliardi di dollari a livello globale tra il 2019 e il 2025. Elevati

investimenti, dai quali comunque si attendono ritorni altrettanto significativi; solo per la tecnologia 4G sono stati spesi circa 275 miliardi di dollari, e gli operatori del settore stanno ancora guadagnando significativi ritorni da quegli investimenti. Gli economisti stimano che l'impatto economico globale del 5G sarà pari a 12 trilioni di dollari entro il 2035 in nuovi beni e servizi. Una ricerca condotta dall'Imperial College di Londra evidenzia che, in media, un aumento del 10% dell'adozione della banda larga mobile provoca un aumento dello 0,6-2,8% della crescita economica. Qualcomm ha recentemente stimato che il 5G sarà in grado di stimolare la crescita reale del PIL globale di 3 trilioni di dollari cumulativamente dal 2020 al 2035.

In Italia stiamo assistendo ai primi lanci commerciali, ma è necessario accelerare sia sulla copertura che sullo sviluppo di nuove applicazioni e nuovi servizi.

Peraltro, il 5G da solo non basta se non è complementare a una infrastruttura di rete fissa avanzata: in Italia, per quanto negli ultimi anni siano stati fatti passi avanti, la diffusione della banda ultralarga a un gigabit al secondo è ancora appannaggio solo del 24% della popolazione rispetto a una media europea del 60% e la copertura con le nuove tecnologie in fibra sino alle abitazioni ma soprattutto fino alle imprese procede a passo non così spedito come dovrebbe. La "gigabit society" non è più qualcosa di futuribile: la Commissione Europea richiede che entro il 2025 scuole, servizi pubblici, imprese e snodi nevralgici delle infrastrutture e dei trasporti debbano avere accesso a connettività gigabit. Entro il 2020, l'utente medio di Internet avrà oltre 200 account online; entro il 2022, 150 milioni di persone saranno in possesso di identità digitali basate su blockchain: chiari segnali, questi, che la digital transformation non

sta risparmiando nessuno, tantomeno il mondo dei servizi. Il nostro tessuto produttivo ha bisogno di essere iper connesso, per cogliere le opportunità offerte dai grandi trend internazionali, che sono destinati a rivoluzionare non solo il modo di fare business, ma l'essenza stessa delle imprese, dall'intelligenza artificiale ai big data, dall'edge computing ai servizi cloud all'internet delle cose. Qualunque sia il contesto geografico, l'adozione degli strumenti di nuova generazione richiede che siano sviluppate adeguate competenze digitali. Il WEF stima che entro il 2022 per almeno il 54% dei dipendenti sarà richiesto un significativo reskilling e upskilling: basti pensare all'impatto degli algoritmi in finanza, dove si stima che gli asset gestiti dai robo-advisor siano aumentati da 98 miliardi di dollari nel 2016 a circa 143 miliardi di dollari nel 2017 e si prevede che raggiungano 450 miliardi di dollari nel 2021. Diventa quindi cruciale diffondere la cultura del digitale, fare formazione a tutti i livelli, creare figure con nuove competenze e cittadini digitali del futuro. L'Italia oggi non ha una strategia complessiva per le competenze digitali che invece sarebbe fondamentale per ridurre il divario digitale e ampliare l'inclusione sociale. Sviluppare infrastrutture e puntare sul digitale: sono questi dunque gli imperativi per un Paese che ambisca ad essere competitivo a livello locale e globale. Questa è la più importante manovra economica che potrebbe fare il nostro Paese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PALERMO IN CABINA

CDP RILANCIAMOCI DUE FONDI PER I PICCOLI MA PER IL TECH MANCANO 800 MILIONI

L'amministratore delegato della Cassa depositi e prestiti prepara gli strumenti per sostenere le pmi: riassetto del Fondo italiano di investimento, che passa per l'acquisto del 25% da Mps e Nexi e il lancio del Fondo per l'innovazione voluto da Luigi Di Maio. Ma intanto il Tesoro ha reclamato il superdividendo...

Il dossier sulla crescita del private equity affidato a Di Stefano (ex Citi) e al capo del servizio legale Tonetti

di **Daniela Polizzi e Alessandra Puato**

Cassa depositi e prestiti e il suo amministratore delegato Fabrizio Palermo predispongono la nuova cabina di regia per sostenere la crescita delle piccole e medie aziende del Paese. Come previsto dal nuovo piano industriale e come richiesto dal governo. In particolare dal vicepremier Luigi Di Maio per il quale «le Pmi sono la spina dorsale dell'Italia, eroi dei nostri tempi, a cui spesso lo Stato ha voltato le spalle». Così la Cassa ridisegna l'architettura dei suoi fondi di investimento. Da una parte ci sarà sempre l'attività classica di private equity, dall'altra nascerà il Fondo nazionale per l'innovazione. Una manovra che si affianca in questi giorni all'altra partita politica calda, quella dell'integrazione della rete Tim con Open Fiber, con Cdp azionista di entrambe.

Perno del riassetto per i fondi destinati alle aziende è la società di gestione del Fondo italiano di investimento (Fii), nato proprio per realizzare quella missione. Ma che ora deve accelerare. Il punto di partenza è rafforzare la presa di Cdp, già arrivata al 43% dopo aver acquisito il 9% a testa da Abi e Confindustria (restano con il 3,5% a testa). Salirà al 68% comprando le quote di Monte dei Paschi e Nexi che cedono il 12,5% ciascuno. Resteranno invece con gli stessi pesi Intesa Sanpaolo e Unicredit, le due grandi banche nazionali che hanno il 12,5% ciascuna e il cui ruolo è di accompagnare la Cassa nei suoi interventi.

L'operazione si concluderà a settembre, dopo che la Cdp avrà completato la due diligence. Potrebbero entrare nella cassa della sgr Fii circa 2,5 milioni sulla base dei valori a cui furono venduti i due pacchetti di Abi e Confindustria (circa 900 mila euro l'uno). A ruota, sarà rinnovato il board, scaduto a maggio, che vede al vertice il presidente Innocenzo Ciapolletta e l'amministratore delegato Carlo Mammola.

Le quote

La Cassa depositi (che ha 250 miliardi di attivi dal risparmio postale degli italiani) ha una missione non facile nel momento in cui svolge anche il ruolo di Bancomat del governo, alla ricerca ora di due miliardi per evitare la procedura d'infrazione sul debito al vaglio dell'Ue. È di giovedì scorso la mossa del Tesoro, che ha chiesto un altro miliardo in

dividendi proprio alla sua controllata Cdp (il 28 giugno l'assemblea dovrà deliberare la distribuzione di riserve per 959,8 milioni).

La revisione delle quote nella sgr del Fondo italiano, che gestisce fondi di private equity, private debt, venture capital e fondi di fondi per 1,9 miliardi a regime (la raccolta non è completata), va in parallelo con una nuova governance che dovrà garantire equilibrio nella partnership pubblico-privata.

Sullo stesso binario si muove poi l'annunciato Fondo nazionale per l'innovazione (Fni), destinato a startup e a venture capital. Annunciato con la Legge di Bilancio, dovrebbe raggiungere una dotazione di un miliardo, nelle intenzioni del suo promotore, il vicepremier Di Maio. Ma su come arrivare a quella cifra, ancora c'è poco di concreto.

Un apporto dovrebbe arrivare da Invitalia, non con i 440 milioni attesi dal suo fondo Invitalia Ventures, ma con circa 200 milioni, la metà. Sul mercato si è ragionato anche su un conferimento da parte proprio del Fii, perché portasse in dote al nuovo Fondo per l'innovazione alcuni veicoli d'investimento: il fondo later stage Fii Tech Growth (per le startup già decollate) e i due fondi di fondi per il venture capital.

Ma è improbabile. Anche perché il primo, che ha un obiettivo di 150 milioni, ha raccolto finora solo 50 milioni e li ha già investiti, in quattro aziende: BeMyEye (un'app per diventare part time controllori del posizionamento dei prodotti sugli scaffali nei negozi, clienti dichiarati Coca Cola e Samsung), Seco (miniaturizzazione dei computer), Supermercato24 (spesa a domicilio) e HealthWare (terapie digitali). Quanto ai fondi di fondi, hanno sì una dimensione appetibile, 255 milioni nel complesso, ma anch'essi risultano avere già investito tutto (in 11 fondi di venture capital).

Insomma, per il «Superfondo», come lo chiamano in Cdp e atteso dopo l'estate, mancano circa 800 milioni. Chi li

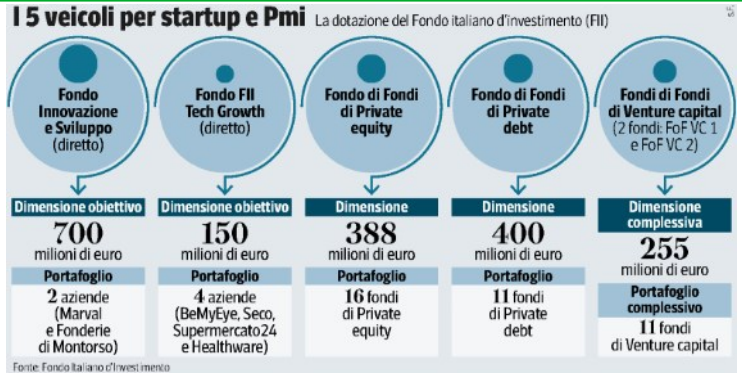


metterà? Il Tesoro ne ha promessi 300. E nel piano al 2021 di Cdp ci sono 500 milioni stanziati per il venture capital. Si vedrà se i conti tengono ancora, adesso che Cassa è chiamata a versare un miliardo aggiuntivo al Tesoro, impegnato a trovare 2 miliardi per evitare la procedura d'infrazione Ue. Cercare i soldi sul mercato? Bussare ai capitali esteri è complicato oggi.

A seguire il dossier c'è un banchiere, Pierpaolo Di Stefano, ex Citigroup, da aprile al vertice di Cdp Equity, la scatola delle partecipazioni industriali di Cassa. Sul dossier, anche Alessandro Tonetti, capo del Legale e nuovo vice direttore generale di Cdp.

Di certo il riordino dei fondi per le imprese, con la Cdp azionista, è avviato. A partire dal Fii, che con la vendita a Neuberger Berman del nutrito portafoglio di aziende aveva cambiato strategia. Meno investimenti diretti e più fondi che investono in altri fondi. Oggi le partecipazioni dirette del Fii sono due, la torinese Marval (automotive) e Fonderie di Montorso (fusioni in ghisa). Fii vi è entrato attraverso il fondo di private equity: obiettivo 700 milioni, raccolti 300.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alla guida

Fabrizio Palermo, 48 anni, è l'amministratore delegato della Cassa depositi e prestiti. È stato nominato al vertice nel 2018

