

Rassegna del 25/07/2019

Avvenire	13	L'Agcom «stringe» Però non basta - L'Agcom batte un colpo, ma non basta. La pubblicità all'azzardo non si ferma	Marcelli Matteo	1
Italia Oggi	18	Chessidice in viale dell'editoria - Agcom, armonizzare i divieti contro la pubblicità del gioco con premi in denaro	...	3
Italia Oggi	16	Retail, ecco perché in un prossimo futuro sarà sempre più l'offerta a creare la propria domanda e non viceversa	Tirelli Daniele	4
Libero Quotidiano	7	Proposta leghista per tutelare l'identità digitale	...	6
Repubblica Scienze	4	Ransomware, il virus informatico che ruba le memorie - Ladri di memorie	Rijtano Rosita	7
Sole 24 Ore	11	Tlc in frenata sui ricavi, pesa il calo dei prezzi	A. Bio.	10
Sole 24 Ore	11	Intervista a Pietro Guindani - «Serve un aiuto regolamentare per tutelare l'occupazione»	Biondi Andrea	12
Quotidiano del Sud L'Altravoce dell'Italia	5	Tlc, la voglia di Stato non è una bestemmia	g.d	13
Corriere della Sera	35	Nuova inchiesta sulle Big tech E Facebook pagherà 5 miliardi	Muzio Matteo	14
Repubblica	21	Usa, i padroni della Rete nel mirino dell'Antitrust Stangata per Facebook	Rampini Federico	15
Sole 24 Ore	14	Concorrenza Il Big Tech americano nel mirino dell'Antitrust - Web e regole I Big tech nel mirino Usa Facebook paga 5 miliardi - I Big tech nel mirino di Washington Facebook paga multa da 5 miliardi	Valsania Marco	17
Sole 24 Ore	14	Indagini e stretta regolatoria spingono la diversificazione	Carlini Vittorio	19
Italia Oggi	2	Il punto - Purtroppo siamo tutti nelle mani dei giganti che operano sul web	Luciano Sergio	20
ESTERA				
Expansión	10	Facebook guadagna il 49% in meno ma i profitti aumentano del 28%	Ruiz de Gauna C.	21

PUBBLICITÀ AZZARDO

**L'Agcom
«stringe»
Però non basta**

MATTEO MARCELLI

Una proposta di riforma che somiglia molto a una "foglia di fico". L'Agcom batte un colpo e dopo la pubblicazione delle linee guida sulla pubblicità all'azzardo propone norme più stringenti. Ma le associazioni chiedono il divieto totale.

A pagina 13

L'Agcom batte un colpo, ma non basta La pubblicità all'azzardo non si ferma

LO SCONTRO

L'Autorità ha trasmesso ieri al governo una proposta di riforma del settore che prevede norme più stringenti sulla comunicazione commerciale. Ma il decreto dignità è chiaro e ne prescrive il divieto

MATTEO MARCELLI

Una proposta di riforma che somiglia molto a una "foglia di fico". L'Agcom batte un colpo, ma non basta. Dopo la pubblicazione delle linee guida sulla pubblicità all'azzardo – che, come rilevato da *Avvenire*, vanificano il divieto imposto dal decreto dignità – l'Autorità ha trasmesso ieri al governo alcune considerazioni sulla materia. L'organismo di garanzia si è detto intenzionato «a promuovere una riforma complessiva» del settore «che assicuri la più effettiva tutela del consumatore, in un quadro di rafforzato contrasto delle pratiche di gioco illegale». La segnalazione richiama inoltre l'attenzione su alcuni profili di particolare rilievo: «assicurare la conoscenza e promuovere la consapevolezza del gio-

co legale» e «colpire selettivamente le attività tipicamente d'azzardo maggiormente soggette a compulsività e meno controllabili», oltre a «prevedere norme più stringenti per la pubblicità». Tralasciando il fatto che, come sottolineato più volte da questo giornale, non esistono "giochi" d'azzardo più «controllabili e meno soggetti a compulsività» di altri, la questione di fondo resta irrisolta. L'Autorità parla infatti di criteri più stringenti, a fronte di un decreto che nella sua formulazione è assolutamente chiaro: «È vietata qualsiasi forma di pubblicità, anche indiretta relativa a giochi o scommesse con vincite di denaro». Da notare poi che l'Agcom sottolinea come il processo di consultazione pubblica avviato allo scopo di definire gli indirizzi interpretativi della norma abbia coinvolto tutti i soggetti che ne hanno fatto richiesta. Ma la Consulta Nazionale Antiusura e il testo stesso delle linee guida sembrerebbero sconfessare questa affermazione. Il problema, dunque, resta.

«Quello dello Stato è un comportamento per lo meno schizofrenico: da una parte promuove iniziative imprenditoriali e dall'altra provoca delle situazioni di forte precarietà delle quali deve comunque farsi carico», commenta il direttore della Caritas ambrosiana, Luciano Gualzetti. «Occorre rendersi conto che le entrate garantite da questo settore vengono sperperate per riparare i danni sociali, economici e sanitari che ne derivano. Affrontiamo quotidianamente le ricadute drama-

tiche sulle persone che si indebitano e cadono in dipendenza – continua –. E i dati sono sconcertanti perché nonostante tutte le denunce e le azioni preventive, la spesa del gioco aumenta». Un circolo vizioso al quale si potrebbe cominciare a porre rimedio con la proposta avanzata dal movimento Slot Mob: rivedere il sistema delle concessioni: «È chiaro che su questo fronte bisogna fare squadra – dice Carlo Cefaloni di Slot Mob –. Ma non possiamo semplicemente giocare di rimessa. L'obiettivo politico è quello di ridiscutere l'intero sistema. Le concessioni non possono essere date a grandi multinazionali la cui unica intenzione è guadagnare. Non molleranno mai l'osso, l'unica soluzione è toglierglielo. Bisogna imporre una gestione responsabile e quindi disincentivante. Altrimenti sarà sempre una lotta di retroguardia». Ma il problema non sta solo nella pubblicità e nelle concessioni. La Consulta Nazionale Antiusura ha avanzato altre importanti proposte, tra le quali la costruzione di un paradigma efficiente di presa in carico a livello sanitario del-



l'azzardopatia. Ma anche in questo caso la strada sembra in salita: «Siamo in un momento delicato: stanno arrivando fondi e finanziamenti e vengono attivate iniziative coerenti con il piano inviato dalle Regioni e approvato dal governo – ragiona Daniela Capitanucci dell'associazione Azzardo e nuove dipendenze (And) –. Ma c'è un problema all'origine: non sempre chi valuta la qualità e l'appropriatezza di queste misure, o chi le scrive, ha maturato le competenze necessarie per farlo. Questo settore è rimasto per lungo tempo di nicchia. Chi ha costruito le competenze è un manipolo di poche persone: medici, psicologi, sociologi, avvocati e giornalisti che all'inizio degli anni Duemila si è appassionato a un tema che non rendeva un soldo. Il paradosso è che chi ora ha la possibilità di predisporre piani regionali non se ne è mai occupato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL FATTO

Fatta la legge e trovato l'inganno

Il 10 agosto, data in cui scadranno le proroghe concesse per i contratti in essere, scatterà il divieto di pubblicità all'azzardo, in ottemperanza a quanto stabilito dal

decreto dignità (convertito in legge nell'agosto dell'anno scorso). Ad aprile, però, l'Agcom ha redatto delle linee guida sulla materia che, introducendo la distinzione tra contenuto pubblicitario e contenuto informativo, vanificano di fatto il divieto.



CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Agcom, armonizzare i divieti contro la pubblicità del gioco con premi in denaro. A un anno dall'entrata in vigore del divieto di pubblicità del gioco con vincita in denaro, come previsto dal cosiddetto Decreto Dignità (decreto legge 12 luglio 2018, n. 87), l'Agcom ha inviato al governo alcune considerazioni sulla materia, formulando in parallelo alcune specifiche proposte di riforma. La segnalazione punta, tra l'altro, a ribadire l'importanza di una complessiva sistematizzazione del quadro normativo di riferimento, frutto di norme che si sono succedute e sovrapposte nel tempo.

— © Riproduzione riservata — ■



LE NUOVE TECNOLOGIE POSSONO DIVENTARE UN PREZIOSO ALLEATO

Retail, ecco perché in un prossimo futuro sarà sempre più l'offerta a creare la propria domanda e non viceversa

DI DANIELE TIRELLI*

*presidente
del Retail Institute of Italy

Dopo decenni di grande stabilità, il commercio al dettaglio ha iniziato a subire una radicale e (per le imprese più deboli) una dolorosa ristrutturazione. All'opera vi sono grandi forze impersonali, quali le ricadute di varie tecnologie nella loro fase di applicabilità; i notevoli progressi della logistica; l'apertura su scala globale di nuovi mercati; la fusione osmotica delle diverse culture di consumo di grandi aree continentali ed etniche.

Comprendere gli sviluppi potenziali di questa evoluzione/evoluzione è realmente difficile. Dunque, i facili, quasi puerili, entusiasmi per questa o quella meraviglia tecnologica e per le enormi quantità di big data disponibili, sono fuorvianti.

I dati di per sé non sono informazione. L'informazione in quanto tale non è conoscenza. Questo vale in particolare per le visioni apologetiche dell'intelligenza artificiale, che, a lungo, resterà un ausilio allo sviluppo delle conoscenze pur senza poter creare, autonomamente, vero sapere. Le scelte di miliardi di consumatori costituiscono un sistema di infinita complessità che, ogni giorno, conferma la necessità dell'intuito e della sensibilità dell'imprenditore. Un aspetto paradossale si coglie negli Usa, pur se la Silicon Valley è l'ambiente da cui sprigionano quasi tutte le innovazioni utilizzate dai retailer. I supermercati più marketing oriented e votati al customer service, fanno pochissimo uso delle tecnologie front-end, preferendo il calore del contatto personale con la clientela.

Tuttavia, le ricadute più interessanti delle tecnologie oggi disponibili e da non sottovalutare, possono essere riassunte in quattro capitoli: 1) la Reperibilità delle merci; 2) la Comparabilità; 3) la Trasparenza; 4) la Memorabilità.

Già oggi, attraverso sistemi ispirati alla rete Seller Central del fuoriclasse Amazon, è possibile, per qualsiasi cliente, in ogni parte del mondo, reperire facilmente qualsiasi prodotto nuovo o usato sia in commercio. Ciò dai tanti piccoli rivenditori raccordati da quel servizio. Il primo passo dell'acquisto è infatti la conoscenza della sua disponibilità. Fissare le informazioni su ciascun prodotto nel «tessuto» digitale, ancor meglio con le blockchain, diminuirà l'asim-

metria informativa che in passato e tuttora è il principale problema della relazione tra cliente e fornitore.

Si afferma, cioè, il concetto dei «dati liquidi» assemblabili in vari modi per le più diverse clusterizzazioni e comparazioni. L'esempio più immediato è quello degli attributi nutrizionali e salutistici dei vari alimenti. Algoritmi sempre più potenti potranno elaborare in termini facilmente comprensibili al grande pubblico suggerimenti orientativi alla scelta. Ovviamente, la comparazione più immediata è quella dei prezzi. La scelta tra le insegne sarà, pertanto, meno influenzata dalle manipolazioni percettive dei tanti tipi di promozione.

Complementare a tutto ciò sarà anche la maggior trasparenza sulla natura costitutiva del prodotto, la sua origine, le sue performance, esplicitate a livelli progressivi di dettaglio e di approfondimento.

Infine, va citata la memorabilità dei tanti atti di acquisto. Il tracciato temporale delle proprie spese, in varie insegne francesi, è già disponibile per ogni cliente. Le famiglie di consumatori possono cioè tenere sotto controllo i propri acquisti. Banalmente possono sapere, a consuntivo, quanto hanno speso nei punti di vendita, quale risparmio hanno realizzato con sconti e promozioni, quanto pesano le singole voci (carne, ortofrutta ecc.) e questo incide sul loro piano comportamentale. I vari retailer, quindi, saranno indotti ad adottare strategie coerenti, sia che praticino «i prezzi bassi tutti i giorni» sia che scelgano la via delle continue promozioni.

Da questi pochi cenni discende una prima semplice conclusione. Le tecniche di vendita basate per un secolo sul cosiddetto *silent selling*, ovvero la fredda, razionale esposizione dei prodotti sugli scaffali del supermercato per un cliente libero e perfettamente informato, mostrano limiti evidenti. La Retail Evolution (Evolution+Innovation) pone le basi per un'interattività verso il pubblico che ribalta il precedente paradigma. In futuro, sarà sempre di più l'offerta a creare la propria domanda e non viceversa.

© Riproduzione riservata





Due servizi ai clienti della catena Whole Foods di Seattle (Usa)

MORELLI**Proposta leghista
per tutelare
l'identità digitale**

■ «Con questo pacchetto di proposte di legge la Lega punta a far sì che l'Italia sia all'avanguardia, il primo Paese a tutelare l'identità digitale, inserendola in Costituzione, oltre ad aumentare il sostegno e la sicurezza delle telecomunicazioni». Così il leghista Alessandro Morelli, presidente della Commissione Telecomunicazioni di Montecitorio, presentando quattro proposte di legge su difesa dell'identità digitale, Cloud nazionale, sostegno e sicurezza per le Tlc e "Piano antenne" per la rete in 5G. Nello specifico, la proposta di riforma costituzionale punta a integrare l'articolo 122, aggiungendo che la Repubblica tutela «l'identità, anche digitale, di ogni individuo».



Pirateria on line

Ransomware, il virus informatico
che ruba le memorie • a pagina 4

di Rosita Rijtano

PIRATERIA ONLINE

Ladri di memorie

Si chiama ransomware, è un virus informatico che tiene sotto scacco città e aziende: infetta i computer e cifra tutti i dati contenuti nel dispositivo, rendendoli inaccessibili. Poi, come un rapitore, chiede un riscatto. Molti pagano ma non c'è garanzia che le informazioni tornino a propria disposizione. Cosa fare in caso di attacco

di Rosita Rijtano

**Un'azienda
bolognese nei giorni
scorsi ha fatto
sapere di essere
stata colpita:
chiesti più di due
milioni di euro**

**Prima l'infezione
avveniva tramite
email, ora vengono
usati software
impiegati per
il controllo del
computer in remoto**

La memoria di un'intera città tenuta in ostaggio dai criminali informatici. Bloccati i pagamenti delle bollette, il rilascio delle carte d'identità, e in alcuni casi inchiodate persino le linee telefoniche. È successo in decine di località Usa, cadute nell'oblio digitale, tutte vittime di un virus. Un ladro di ricordi chiamato ransom-

ware che riesce a cifrare i dati dei computer infettati, rendendoli inaccessibili, e chiedendo il pagamento di un riscatto da versare in bitcoin per ripristinarli. Lo scambio di denaro non assicura il ritorno alla normalità, ma ciò non ha impedito ad alcune città di cedere al ricatto nel tentativo di recuperare, almeno in parte, la propria storia: è il caso, ad esempio, di Lake City e Riviera Beach, entrambe in Florida, che hanno deciso di scuire ri-



spettivamente 460 e 600mila dollari pur di salvare il possibile. Una resa clamorosa che ha dimostrato come questo tipo di virus riesca ancora a far male, e molto, nonostante la sua diffusione sia considerata in calo a favore di altre minacce informatiche. Più nel dettaglio, a mettere ko grandi e piccoli centri degli Stati Uniti è stato un ransomware particolarmente insidioso chiamato Ryuk, attenzionato dall'Fbi perché dall'agosto del 2018 a oggi ha colpito centinaia di aziende americane. Una volta entrato nel sistema, cancella tutte le informazioni relative all'intrusione, per cui è impossibile sapere come sia riuscito ad accedere al dispositivo. Ma del software malevolo esistono infinite varianti e il problema non è di certo confinato oltreoceano.

È dei giorni scorsi la notizia di un attacco subito da un'importante impresa bolognese specializzata in componenti per la meccanica di precisione, la Bonfiglioli Riduttori. Il virus ha preso in ostaggio file chiave per la società, rallentando la produzione, e pretendendo in cambio 350 bitcoin: 2,4 milioni di euro. Una cifra record che l'impresa ha deciso di rivelare in conferenza stampa «per diffondere il messaggio sull'importanza della formazione e della protezione industriale dai rischi informatici», salvo poi chiudersi nel riserbo. Ma è solo l'ultimo esempio, dato che i ransomware hanno una storia trentennale.

Il debutto di questi virus risale al 1989, quando un accademico di Harvard distribuì 20mila floppy disk: presentati come materiale informativo sull'Aids, contenevano un software che, inserito nel pc, intimava alle vittime di spedire 189 dollari a un indirizzo panamense. Tra il 2012 e il 2013, il boom grazie ai cosiddetti pollice ransomware, che bloccano il computer mostrando un finto messaggio proveniente dalla polizia o da un'altra autorità, e a Cryptolocker che cifra le informazioni del dispositivo lasciando al malcapitato tre giorni di tempo per saldare il conto.

Un report del governo Usa ha stimato che a partire dal 2016 si verificano circa quattromila attacchi ransomware al giorno. Negli ultimi anni a subirne maggiormente i dan-

ni sono stati i piccoli professionisti, come il geometra Giampiero Caramello che ricorda gli attimi di «assoluto terrore», quando una mattina di qualche anno fa aprì un'email apparentemente innocua per poi ritrovarsi con il computer, «in cui era custodita tutta la mia vita e il mio lavoro», fuori uso. Alla fine ha pagato quasi mille euro per recuperare una parte dei propri ricordi. Come lui, in tanti. Ultimamente, però, «le campagne a tappeto sono diminuite», spiega Paolo Del Checco, consulente informatico forense. «Ciò non vuol dire che i ransomware siano meno pericolosi, ma solo che adesso i criminali preferiscono avere degli obiettivi mirati. Come, ad esempio, grandi aziende cui possono chiedere cifre più alte. Si è passati dalle poche centinaia alle migliaia, se non milioni, di euro».

Anche i modi in cui si diffondono i ransomware sono mutati. Se prima i dispositivi venivano infettati soprattutto tramite email che invitano a cliccare su un determinato link o a scaricare un certo file, «adesso vengono sempre più usati i software impiegati per controllare il computer da remoto, o falle presenti nei programmi e nei sistemi operativi. In quest'ultimo caso, il malware si propaga in maniera autonoma senza che l'utente debba fare nulla». Il cambio di passo è stato segnato da WannaCry che, come racconta il libro *#Cybercrime: Attacchi globali, conseguenze locali* (Hoeppli), è riuscito a diffondersi così velocemente su scala globale attraverso dei codici in grado di sfruttare una falla di Windows, poi sistemata. Ma considerati i mille volti del ransomware, non bisogna abbassare la guardia.

Le buone norme da seguire per prevenire i danni le suggerisce Stefano Zanero, professore di sicurezza informatica del Politecnico di Milano: «Fare attenzione agli allegati, fare un backup offline, cioè una copia aggiornata di tutti i propri dati non collegata alla Rete, e aggiornare sempre il proprio anti-virus e il proprio sistema operativo». Mentre, se colpiti dal virus, il primo consiglio è «non pagare, poi non spegnere il computer e scollegarlo subito, se possibile. Infine, rivolgersi a un esperto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I casi Intrusioni storiche



▲ 1989, la prima volta

Il primo malware è datato 1989. Fu distribuito da un accademico di Harvard attraverso dei floppy disk mascherati da materiale informativo sull'Aids



▲ CryptoLocker

CryptoLocker è riuscito a estorcere 27 milioni di dollari in appena due mesi di vita. Si tratta di un ransomware che cifra i dati del computer della vittima



▲ Ryuk

Ryuk è un tipo di ransomware molto insidioso, «attenzionato» dall'Fbi. Da agosto 2018 a oggi ha colpito centinaia di aziende Usa e messo ko molte città

Hacker "ransomware"

Che cosa è?

È un tipo di virus informatico che limita l'utilizzo del dispositivo infettato, o **impedendone l'accesso** (locker-ransomware) o **cifrando i dati contenuti al suo interno** (crypto-ransomware)



Perché "virus del riscatto"

In entrambi i casi, i criminali informatici chiedono il pagamento di un riscatto (in inglese ransom), promettendo di restituire il completo accesso al dispositivo una volta incassato il pagamento

4 mila attacchi ransomware

si verificano ogni giorno a partire dal 2016, secondo un report del governo Usa

Il riscatto

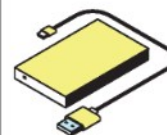
è solitamente chiesto in **bitcoin**, la valuta digitale, e le somme variano. Si va dalle **centinaia ai milioni di dollari**



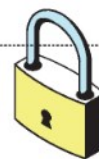
Come si diffonde?

- 1 Banner pubblicitari
- 2 Email che ci invitano a cliccare su un determinato link o a scaricare un certo file
- 3 Programmi usati per accedere al dispositivo da remoto
- 4 Falle presenti nei programmi o nei sistemi operativi. In questo caso, il software malevolo si propaga in maniera autonoma

Buone norme da seguire:



Effettuare un backup dei propri dati non connesso alla Rete



Aggiornare il proprio sistema operativo e il proprio anti-virus

Che fare se il proprio dispositivo viene infettato?



Non pagare il riscatto



Non spegnere il computer



Rivolgersi a un esperto

Tlc in frenata sui ricavi, pesa il calo dei prezzi

RAPPORTO ASSTEL

Aziende e sindacati: ci vuole un patto intergenerazionale per il lavoro in chiave 4.0

La curva è tornata a puntare verso il basso. Non una buona notizia per la filiera delle telecomunicazioni che in 10 anni, fra 2008 e 2018, ha perso 5,3 miliardi di euro, pari al 16% del valore iniziale.

I dati emersi dal Rapporto Asstel 2019 – elaborato dal Politecnico di Milano e presentato ieri nel corso dell'annuale Forum fra l'associazione di Confindustria che riunisce le imprese della filiera delle tlc e i sindacati di categoria Slc Cgil, Fistel Cisl e Uilcom Uil – lasciano l'amaro in bocca, legittimando un senso d'urgenza nella richiesta a escogitare correttivi (si veda intervista a lato).

Del resto il ritorno alla flessione dei ricavi – dal 2014 il settore era in crescita – risuona come un campanello d'allarme per questo settore

da 118.700 addetti tra dipendenti e somministrati (-1,4%) e 28,1 miliardi di euro di ricavi (-1%; 200 milioni in meno rispetto al 2017). Le crescite delle entrate provenienti dalla vendita di terminali (+5% a 5,6 miliardi di euro) e dei servizi retail del mercato del fisso (+2,6% a 11,4 miliardi) non sono quindi riuscite a compensare il forte calo del mercato mobile (-6,4%). Un tributo, quest'ultimo, pagato evidentemente all'ingresso del nuovo quarto operatore in Italia (Iliad) ma anche alla nascita di brand low cost.

In questo quadro i consumatori hanno avuto di che sorridere con prezzi medi per i servizi di rete mobile scesi del -4,7%, anche se con punte assai più accentuate nelle campagne promozionali. Il 2018 però è stato dall'altra parte anche l'anno in cui gli operatori hanno investito 7 miliardi di euro in infrastrutture (200 milioni in meno rispetto al 2017 ma pur sempre ai massimi degli ultimi 10 anni) cui si aggiungono 1,9 miliardi di esborsi in licenze, oltre al-

l'impegno a pagare nei prossimi anni ulteriori 5,3 miliardi per le licenze 5G. Soldi cui va poi aggiunto anche l'impegno a realizzare materialmente la rete 5G. Il risultato è che dal 2007 sono stati investiti, da parte degli operatori tlc, 77 miliardi di euro (85 con licenze 5G) che hanno comunque portato a risultati, visto che secondo i dati della Commissione Ue a giugno 2018 il 90% delle abitazioni risultava raggiunto dalla banda ultralarga con velocità superiore ai 30 Mbps, contro la media Ue dell'83,1% pur mantenendo invece un gap sull'ultrabroadband a 100 Mbps.

In definitiva su un punto in particolare c'è da registrare una convergenza di vedute fra Asstel e sindacati: serve «un patto intergenerazionale per gestire le sfide della trasformazione digitale del lavoro nelle tlc» si legge nella nota congiunta. Necessari, quindi, «l'ingresso di giovani con diplomi Stem, formazione continua dei lavoratori e riqualificazione professionale».

—A. Bio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Tlc. Torri di trasmissione delle telecomunicazioni in Sardegna

«Serve un aiuto regolamentare per tutelare l'occupazione»

INTERVISTA

PIETRO GUINDANI

A rischio la sostenibilità per investimenti e la tenuta del mercato del lavoro

Andrea Biondi

Il presidente Asstel, Pietro Guindani, lo dice senza giri di parole: «C'è un rischio di non sostenibilità degli investimenti e dell'occupazione». Meglio pensarci per tempo suggerisce il numero uno dell'associazione che riunisce le imprese della filiera delle Tlc commentando con *Il Sole 24 Ore* i dati emersi dal Rapporto Asstel 2019 sullo stato di salute del settore. Che, precisa Guindani, è vitale, con un grandissimo potenziale di sviluppo. Ma il tutto accanto a un livello d'allarme non più trascurabile.

Parliamo di un'industria malata?

Non direi così. È certamente un'industria a due facce che se da una parte ha le potenzialità dell'innovazione tecnologica che sfruttiamo massicciamente continuando a investire – che si tratti di 4G, fibra o, adesso, di 5G – dall'altra vive un contesto ipercompetitivo in cui i prezzi continuano a calare mentre la richiesta di volumi sta esplodendo. E il risultato è quello che vediamo, con tanto di flessione del fatturato

E non è pericoloso?

Certo. Tutto questo va a erodere va-

lore necessario per sostenere con l'autofinanziamento gli investimenti futuri. Ma poi le aziende comunque continuano a investire. Il risultato è che il ritorno sul capitale investito è del 2,1%. Il dato è del 2017. Nel 2018, lo stiamo ancora elaborando, potrebbe essere peggiore. Ma per il 2017 si tratta di un livello pari a meno di un terzo del costo medio ponderato del capitale, in continua discesa dal 2013. Tutto questo dovrebbe far riflettere.

In questo quadro chi e come dovrebbe intervenire?

Ci sono regole antitrust e di settore che hanno creato un trasferimento di valore eccessivo alla clientela. E per la nostra industry vengono così meno risorse per investire in maniera sufficiente in infrastrutture e capitale umano. Esistono poi norme che creano ulteriori costi. Penso ad esempio ai vincoli elettromagnetici: in Italia sono molto più stringenti che in altri Paesi. Senza contare poi regole curiose come quella che ci impone la gratuità per l'assistenza alla clientela. Per altri settori non è così.

I sindacati sono con voi?

Con le organizzazioni sindacali i rapporti sono costruiti grazie alla loro conoscenza del settore e delle sue dinamiche, attraverso un dialogo maturo e consapevole. Il Forum ogni anno è un'occasione positiva per delineare le prospettive future della filiera.



PIETRO GUINDANI
Pietro Guindani, Presidente di Asstel

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ipotesi Tim, Open Fiber e Cdp

Tlc, la voglia di Stato non è una bestemmia

La prospettiva che la rete di telecomunicazioni torni sotto l'ombrello pubblico sta provocando qualche malumore. Autorevoli analisti e commentatori considerano lo statalismo una malattia da evitare e nelle ultime settimane si leggono al riguardo giudizi negativi sull'ipotesi di fusione tra Tim e Open Fiber con un ruolo di primo piano di Cdp. Ripercorrendo la storia della Telecom privata ci sono tutte le ragioni a favore di un ritorno dello Stato azionista nell'ex monopolista pubblico. Dal nocciolino duro targato Agnelli al capitalismo bresciano, dal gotha della finanza alla Pirelli, passando per un socio forte estero come Telefonica, la Telecom è finita nella contesa tra un finanziere bretone e un fondista attivista con la velleità del cavaliere bianco.

Una delle tante storie tristi del capitalismo italiano con un lungo elenco di manager che pagati profumatamente ma senza realizzare risultati. Tra i capi azienda che si sono succeduti va dato atto a Flavio Cattaneo di aver presentato il migliore bilancio della Telecom da molti anni superando gli obiettivi e le aspettative del mercato. E aver indicato una strada a medio e lungo termine con un chiaro ed efficace piano di investimenti.

Il presente si chiama Tim ed è ancora alle prese con il fardello di un debito che ne ha pesantemente condizionato le scelte. La politica però non è stata da meno tra indifferenza e un interventismo privo di visione prospettica. La risposta del governo Renzi al raid di Vincent Bolloré è stata la creazione di Open Fiber per sviluppare la banda larga in Italia affidandola a Enel e Cdp. Ma non vanno trascurati gli orientamenti

dell'Agcom, da sempre particolarmente sensibile a garantire la massima concorrenza nel settore della telefonia in Italia. Per l'ok alla fusione tra Wind e Tre, l'autorità di regolazione ha imposto l'ingresso a Iliad. Così il mercato italiano conta quattro grandi operatori, lo stesso numero che controlla il mercato americano con cinque volte il numero degli abitanti.

E' evidente che l'Italia non possa sostenere due reti di tlc. Ma la necessità economica di realizzare la rete unica deve fare i conti con la debolezza finanziaria di Tim ed i limiti di Open Fiber. Non solo. Ci sono anche aspetti regolatori se la rete unica restasse sotto l'ombrello di Tim. La società è un operatore verticalmente integrato e quindi le sue tariffe non sono calcolate con il metodo Rab che è più vantaggioso e creato dall'attuale governo per incentivare la separazione tra rete e operatori di telefonia. C'è anche un altro aspetto. I contributi pubblici per portare la banda ultralarga nelle aree bianche sono, ad oggi, riservati soltanto a operatori non verticalmente integrati (coloro che possiedono una rete e commercializzano servizi).

La matassa è ingarbugliata e lo slogan del governo gialloverde "avanti con la rete unica" deve essere declinato e articolato con una chiara politica industriale. Ben venga, dunque, un ritorno dello Stato come protagonista delle tlc a condizione di avere una strategia e affidarla a manager capaci. Il fallimento privato è evidente. Il rischio è che nel 2025 in Francia e Germania vedremo le auto a guida autonoma mentre in Italia staremo ancora a discutere sul futuro pubblico o privato di Tim. **(g.d)**



Nuova inchiesta sulle Big tech E Facebook pagherà 5 miliardi

Il social patteggia sulla privacy e chiude i 3 mesi con l'utile netto dimezzato

Il caso

di **Matteo Muzio**

Facebook pagherà una multa da 5 miliardi accettando la sentenza della Federal Trade Commission (Ftc) sulla violazione degli account da parte della società di consulenza politica Cambridge Analytica. Il social network, che aveva accantonato nel primo trimestre 3 miliardi in previsione della multa, archivia i conti di giugno con l'utile netto in calo del 50% a 2,6 miliardi di dollari. La stessa Ftc ha aperto poi un'indagine antitrust sulla società fondata da Mark Zuckerberg.

Anche gli altri big del tech rischiano: il dipartimento di giustizia Usa ha annunciato una commissione d'inchiesta su eventuali violazioni delle regole antitrust (un filone diverso da quello della Ftc) da parte oltre che di Facebook, di Google, di Amazon e di Apple. Nel frattempo, la sanzione che ha colpito Zuckerberg prevede anche l'impegno a curare la privacy degli utenti, sottoponendosi alle verifiche della Ftc. L'azienda è stata obbligata a creare un comitato interno che monitori il rispetto del trattamento dati. La vigilanza sulle app sviluppate da terzi

dovrà essere rafforzata e i rapporti con chi non si adegua alle nuove norme dovranno essere interrotti. Il ceo Zuckerberg sarà ritenuto personalmente responsabile di eventuali deviazioni da quanto stabilito da questa sentenza. Ma non tutti e cinque i membri della Ftc concordano con la decisione. Una di loro, Rebecca Kelly Slaughter, ha espresso il suo dissenso: «Questo patteggiamento non imponga cambiamenti sostanziali alla struttura societaria di Facebook. Le indagini sarebbero dovute andare avanti».

Ma i guai per il colosso social potrebbero non essere finiti: insieme agli altri giganti tech Google, Amazon e Apple sarà al centro di una revisione da parte del Dipartimento di Giustizia con lo scopo di affiancare le indagini della Federal Trade Commission sul settore lanciate in febbraio su eventuali pratiche monopolistiche. Queste due inchieste dovranno stabilire se i big tecnologici hanno abusato della loro posizione dominante.

La posizione ufficiale delle quattro aziende è che sono stati i consumatori a determinare il loro successo e che sono sempre stati aperti alla competizione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Indagini

- Facebook pagherà una sanzione da 5 miliardi di dollari alla Ftc, la multa più alta di sempre

- Un'inchiesta è stata avviata dal Dipartimento di Giustizia sulle violazioni antitrust di Facebook, Apple, Google e Amazon



SOCIAL MEDIA

Usa, i padroni della Rete nel mirino dell'Antitrust Stangata per Facebook

Indagini su tutti i big del digitale, il gruppo di Zuckerberg pagherà 5 miliardi per violazione privacy Ma i dem: "Non basta"

di **Federico Rampini**

Maximulta da 5 miliardi di dollari a Facebook per le violazioni della nostra privacy; futuri rischi penali per il suo fondatore Mark Zuckerberg. Un'indagine antitrust della Federal Trade Commission sulla stessa Facebook e un'altra, del Dipartimento di Giustizia, a tutto campo sui big dell'economia digitale, inclusi Amazon, Apple e Alphabet-Google, per possibili comportamenti lesivi della concorrenza. I democratici, un tempo legati a doppio filo con i "capitalisti progressisti" della Silicon Valley, ora criticano l'Amministrazione Trump per la ragione opposta: non è abbastanza dura con i giganti di Internet.

Soffia un vento ostile contro i Padroni della Rete, quelli che fino a un'epoca recente erano venerati come la punta avanzata della leadership tecnologica americana. E non importa se Donald Trump di tanto in tanto accusa l'Europa di prendersela con i big del digitale Usa per fare del protezionismo mascherato. Questo presidente non ha legami né affinità con il mondo tecnologico della West Coast (l'ostilità politica è ricambiata). Il suo governo sta facendo le prove generali per un'offensiva vera contro lo strapotere dei "Faang" (la parola in inglese ha lo

stesso suono di "zanna", è l'acronimo di Facebook Amazon Apple Netflix Google). In quanto alla sinistra, subisce l'influenza nuova di una paladina dell'antitrust come Elizabeth Warren, la candidata alla nomination democratica che nei suoi programmi include perfino uno smembramento dei colossi digitali. Il primo colpo reale è quello incassato da Facebook. Il social media con due miliardi di utenti patteggia con l'autorità della concorrenza competente, cioè la Federal Trade Commission, che al tempo stesso apre una nuova indagine antitrust sulla società. La multa da 5 miliardi che Fb accetta di pagare chiude un procedimento partito dallo scandalo Cambridge Analytica, a cui cedette informazioni personali su decine di milioni di utenti, poi usate per la campagna elettorale di Trump. Gli aspetti normativi del patteggiamento includono molti obblighi per il futuro rispetto della privacy. Il chief executive Mark Zuckerberg d'ora in avanti deve certificare le tutele della privacy sotto la sua responsabilità personale: civile e penale. Questo significa che in caso di nuove violazioni e di false certificazioni potrebbe pagare anche con il carcere. Forse ipotesi remota, ma non banale. Negli ultimi decenni il sistema americano dei castighi e delle pene ha privilegiato le sanzioni pecuniarie, molto meno efficaci di quanto si creda: alla fine vengono spalmate sugli azionisti della società, o estratte dai consumatori, creando una cultura dell'irresponsabilità fra i top manager. La Federal Trade Commission sottolinea che quella inflitta a Facebook «è la multa più elevata della storia, per le

violazioni della privacy». E tuttavia i commissari della minoranza democratica hanno espresso dissenso, sottolineando che questa sanzione «non interviene sulle cause»: non altera cioè un modello di business fondato sullo spionaggio sistematico degli utenti, la vendita o l'uso dei loro dati personali a scopo di profitto e spesso a loro insaputa. La svolta tra i democratici è significativa, dopo otto anni di arrendevolezza durante l'Amministrazione Obama. Anche i repubblicani stanno cambiando atteggiamento. Furono loro ad avviare un indebolimento dell'antitrust al servizio degli interessi delle grandi imprese. Perciò l'altra novità di rilievo è proprio che l'antitrust americano si stia risvegliando - forse - dal suo torpore. È di ieri infatti l'altro annuncio: il Dipartimento di Giustizia, cui competono le istruttorie antitrust, apre un'indagine su tutti i big del digitale, per appurare se abbiano costruito delle concentrazioni di tipo monopolistico, elevando barriere contro la competizione. Abuso di potere di mercato, intralci alla concorrenza, ostacoli alle innovazioni dei "piccoli", danni ai consumatori; nelle ipotesi di reato c'è tutto l'armamentario anti-monopolio. Siamo solo all'avvio di un'indagine, non si sa come andrà a finire. Però l'iniziativa colpisce per la novità. Dagli anni 90 in poi i big di Internet avevano goduto di un'impunità "ideologica", fondata anche sull'erronea convinzione che l'apparente "gratuità" di Internet fosse tutta a beneficio dei consumatori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I risultati Trimestre in calo

2,6 mld

La maxi multa dimezza utili

Facebook ha archiviato il secondo trimestre dell'anno con un utile netto in calo del

50% a 2,6 miliardi di dollari, per la maxi multa infertagli dalla Federal Trade Commission Usa. Il social network aveva già stanziato 3 miliardi in previsione della multa nel primo trimestre e ha annunciato che si aspettava un importo totale fino a 5 miliardi. Il gruppo ha registrato un fatturato di 16,7 miliardi nel trimestre, superando le aspettative.

Ⓢ Rischi penali

D'ora in avanti Mark Zuckerberg, dovrà certificare la tutela della privacy sotto responsabilità civile e penale



5 miliardi

Concorrenza
Il Big Tech americano nel mirino dell'Antitrust

La multa a Facebook per la gestione non coretta dei numeri di telefono degli utenti

Marco Valsania — a pag. 14

Web e regole

I Big tech nel mirino Usa
Facebook paga 5 miliardi

Il Dipartimento di Giustizia Usa avvia un'inchiesta contro i colossi web, mentre Facebook paga una maxi-multa da 5 miliardi di dollari.

— Servizi a pagina 14

I Big tech nel mirino di Washington Facebook paga multa da 5 miliardi

WEB E REGOLE

Il Dipartimento di Giustizia avvia un'inchiesta: ipotesi di pratiche monopolistiche

Zuckerberg sanzionato: «Da cambiare l'intera cultura sulla privacy»

Marco Valsania

NEW YORK

Parte lancia in resta una nuova offensiva a tutto campo dell'antitrust americano contro i protagonisti dell'economia digitale, incalzati dall'accusa d'esser diventati troppo dominanti. Il Dipartimento della Giustizia di Washington ha sollevato il sipario su una rara campagna che prende di mira collettivamente, di fatto se non per nome, i leader indiscussi d'un intero settore, Google di Alphabet e Apple, Amazon e Facebook. Il sospetto: che con pratiche monopolistiche danneggino la concorrenza e, dopo esserne stati all'avanguardia, l'innovazione.

L'indagine-ombrello è stata illustrata dal responsabile antitrust del Guardasigilli, Makan Delrahim, che si avvarrà della cooperazione

dell'altra authority con voce in capitolo, la Federal Trade Commission. «Senza la disciplina d'una significativa concorrenza - ha indicato - le piattaforme digitali possono agire con modalità che non rispondono ai consumatori». Il Dipartimento ha aggiunto: «Valuteremo le condizioni competitive sui mercati online». Più precisamente sotto esame sono le piattaforme che dominano il segmento dei motori di ricerca, l'e-commerce e i social media.

L'offensiva federale promette di moltiplicare le pressioni per un'inedita trasparenza e regolamentazione del settore, intensificatesi su scala internazionale dagli Stati Uniti all'Europa. In gioco negli Usa è la reinterpretazione dei mandati anti-monopolistici nell'era Internet: perde rilevanza il tradizionale accento sui prezzi quale misura di danni ai cittadini, lasciando il campo a approcci olistici. Con servizi spesso gratuiti o a basso costo, il potere di questi colossi si manifesta altrove, nel soffocamento di aziende e tecnologie rivali o in «cartelli» su salari e lavoro. È un dibattito che coinvolge le istituzioni più diverse, da governo e centri di ricerca fino alla Federal Reserve, che vi dedicò l'ultimo seminario annuale a Jackson Hole la scorsa estate. In Con-

gresso trovano eco radicali proposte di scorpori, ad esempio imponendo a Facebook di cancellare le acquisizioni di WhatsApp e Instagram.

La decisione delle autorità era ormai in preparazione da tempo. Google nei mesi scorsi è finita sotto la lente del Dipartimento della Giustizia per sospetti comportamenti monopolistici. Apple è stata criticata perché premierrebbe irregolarmente le proprie App nel suo negozio online. Il governo ha già ascoltato a porte chiuse scettici dei colossi hi-tech. Adesso potrebbe arrivare un salto di qualità: la nuova inchiesta può sconfinare anche al di là dell'antitrust, esaminando il rispetto di numerose leggi e norme con preoccupazioni sia conservatrici che progressiste. Il Ministro della Giustizia William Barr ha chiarito di non vedere di buon occhio la crittatura di gadget e tecnologie che ostacola la polizia. Ma resta an-



che aperto il capitolo delle tasse pagate o eluse dai re globali delle proprietà intellettuali. Ed è possibile, se ci sarà la volontà politica, affidare maggiori poteri all'antitrust e varare una nuova legge nazionale sulla privacy oggi assente.

Facebook è oggi il volto più noto e esemplare delle controversie e della nuova urgenza sentita delle autorità: è stata ufficializzata proprio ieri dalla Ftc una prevista multa record da cinque miliardi - «senza precedenti», ha detto il chairman dell'ente Joseph Simons - contro il social network per violazioni della privacy venute alla luce nel caso di Cambridge Analytica, dove 87 milioni di utenti erano stati «passati» senza consenso a una società di consulenza assoldata da Donald Trump. Sono in seguito emersi scandali di disinformazione, a volte con tragiche conseguenze. Facebook, oltre a rendere conto alla Ftc, pagherà cento milioni alla Sec per inadeguata trasparenza con gli investitori sulle violazioni. E all'azienda non basterà aprire il portafoglio: Simons le ha intimato di «cambiare l'intera cultura sulla privacy».

Di sicuro Facebook ha accettato nuova supervisione, con un comitato indipendente del Board sulla privacy che il chief executive Mark Zuckerberg non potrà smantellare e con verifiche periodiche di revisori esterni. Zuckerberg dovrà certificare ogni trimestre di persona il rispetto degli obblighi di privacy, pena sanzioni civili e penali. Facebook, stando all'accusa dettagliata della Ftc, ha fatto ricorso a strategie e sistemi ingannevoli in grado di erodere la protezione di dati personali, violando intese del 2012 con la Ftc. Ha abusato di numeri di telefono, ottenuti per ragioni di sicurezza, a fini di pubblicità mirate. Ha nascosto agli utenti l'utilizzo automatico del riconoscimento facciale. A testimonianza del clima critico, la sanzione è stata approvata solo di stretta misura dalla Ftc: i due commissari democratici, su cinque totali, hanno bocciato le misure come troppo deboli, in particolare contro Zuckerberg che rimane al comando. I dissidenti avrebbero voluto portare in tribunale Facebook e hanno affermato che mancano adeguate «svolte nella struttura e negli incentivi finanziari causa delle violazioni» e «restrizioni su tattiche di sorveglianza di massa e pubblicitarie del gruppo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Facebook.
Mark Zuckerberg,
fondatore del gruppo



Federal Trade Commission. Joe Simons, presidente della FTC illustra i dettagli dell'accordo con Facebook

FTC Settlement with Facebook

- \$5,000,000,000
Unprecedented penalty
- New privacy structure at Facebook
- New tools for FTC to monitor Facebook

MODELLI DI BUSINESS

Indagini e stretta regolatoria spingono la diversificazione

Bassa l'incidenza sul breve. Gli esperti: sulle quotazioni possibile maggiore volatilità

Vittorio Carlini

L'impatto dell'indagine antitrust sui modelli di business? Limitato, salvo evoluzioni imprevedute, all'accelerazione di un cambiamento già in atto. Anche perché gli effetti non saranno immediati. È il *leit motiv* degli esperti riguardo alle possibili conseguenze dell'indagine del Dipartimento di Giustizia Usa sui big della tecnologia.

Contrastare eventuali posizioni dominanti «è una fisiologica evoluzione del capitalismo» afferma Carlo Alberto Carnevale Maffè, professore di strategia aziendale alla Sda Bocconi. Di là da ciò, nel caso in particolare, «l'impatto sarà quello d'indurre le società, eventualmente coinvolte, a schiacciare sull'acceleratore della diversificazione». Insomma: nessun stravolgimento nel breve. «Anche perché - fa da eco Fabrizio Santin, Portfolio Manager di Pictet AM - i primi concreti risultati dell'indagine non dovrebbero vedersi prima delle elezioni presidenziali Usa del 2020. È infatti difficile ipotizzare che Donald Trump», oltre ai fronti già esistenti come la "trade war", voglia «aprirne un altro con la Silicon Valley». Certo, i rapporti con i big dell'hi tech non sono idilliaci. Tanto che l'avvio dell'inchiesta, a detta di alcuni analisti, è invece un segnale ben preciso da parte della Casa Bianca. Ciò detto, però, impatti concreti (salvo eventi imprevedibili) è difficile immaginarli. Almeno nel breve.

La spinta del mercato

A ben vedere le società ipoteticamente coinvolte, da Amazon a Facebook fino a Google, da tempo vanno cercando business alternativi. La «Grande G», ad esempio, ha visto di anno in anno salire i ricavi generati da attività diverse dalla pubblicità. Questi, nel 2015, valevano il 9,6% di tutto il fatturato. Al 31 marzo scorso sono arrivati ad incidere per il 15,1% del totale. La stessa Facebook, che proprio ieri ha raggiunto l'accordo con l'Ftc nel pagare una multa da 5 miliardi di dollari su questioni legate alla violazione della privacy, sta cercando (non da ora) di essere meno dipendente dall'«advertising» (nel primo trimestre del 2019 gli «spot» valevano oltre il 98% dei ricavi). «Il progetto della Libra - afferma Carlo De Luca, responsabile asset management Gamma Capital Markets - testimonia la volontà della società di trasformare il suo network in una piattaforma per realizzare concretamente business». Il progetto avrà successo? Dare una risposta, anche a fronte delle molteplici opposizioni che la nuova criptovaluta ha sollevato, è difficile. Quel che è sicuro è che Zuckerberg, impegnato a dare un'immagine più sicura e trasparente della sua azienda, punta a diversificare le entrate.

Fin qui alcune considerazioni riguardo l'impatto dell'indagine antitrust sull'attività delle big tech. Quale, invece, l'incidenza sui corsi azionari? Gli esperti, *in primis*, affermano che (ovviamente) bisognerà vedere chi sarà concretamente coinvolto. Dopo di che, più in generale, il tema è capire se il procedimento potrà contribuire a fare calare un settore hi-tech che in

molti considerano caro. «L'approccio - dice De Luca - non mi convince. Parlare di tecnologie in generale ha poco senso». Ci sono alcuni settori, come i microprocessori, «che scambiano a multipli bassi. Altri titoli invece, come quelli delle società di cyber security, hanno messo a segno performance notevoli. E, però, i loro tassi di crescita giustificano le attuali quotazioni». Eventualmente, potrà esserci volatilità. «In realtà - riprende Santin - la maggiore stretta regolatoria, che va al di là dell'inchiesta avviata ieri, implica maggiori costi che potranno incidere sulla redditività». Quella redditività che, a ben vedere, sarebbe colpita a livello di utile netto nel momento in cui fosse decisa la stretta sul fronte fiscale. Si parla da tempo «di tassare i giganti del web - riprende Carnevale Maffè -. Ma questa è una scelta che riguarda prettamente la politica». Nell'ultimo G7 ci sono state, dopo lo scontro tra Parigi e Washington, le prime prove d'intesa sul tema in oggetto. Un consenso di massima che potrebbe agevolare i negoziati in sede Ocse per giungere all'accordo sulla «digital tax» entro il 2020. Eccesso d'ottimismo? Forse. E però il pressing sulle grandi società tecnologiche va crescendo. Un contesto che, indagine Antitrust o meno, non potrà lasciare indifferenti gli investitori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IL PUNTO

Purtroppo siamo tutti nelle mani dei giganti che operano sul web

Che ci spillano il consenso in tutti i modi

DI **SERGIO LUCIANO**

Gli Stati Uniti sono un bizzarro paese, in fatto di limiti di età. Per esempio, a 18 anni appena compiuti si può già entrare in armeria, esibire un semplice documento di riconoscimento e comprare una P38, un'arma da guerra con una potenza di penetrazione capace di forare il monoblocco di un'automobile; ma per comprare una lattina di birra al bar bisogna attendere di aver compiuto 21 anni.

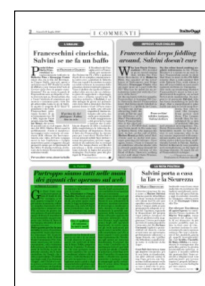
Detto questo per far la tara su tutte le prese di posizione anagrafiche degli americani, ha comunque del clamoroso la decisione della Federal Trade Commission (Ftc), l'autorità americana che tutela i consumatori, sulla violazione della privacy dei bambini da parte di YouTube, la più importante azienda, tra le tante controllate da Google, che è stata supermultata. C'è infatti una legge, negli Usa, chiamata «Coppa», cioè *Children's online privacy protection act*, atto per la protezione dei bambini su Internet, che proibisce di tracciare i comportamenti di navigazione dei bambini inferiori ai 13 anni.

Ora, chiariamo: o Google, Youtube, Facebook spiano, o muoiono. Nei confronti degli adulti, per poter spiare nonostante le leggi antispying, praticano una serie di depreimenti formalismi, tipo chiedere il consenso con scritte piccolissime e incomprensibili.

Quando uno ha fretta di navigare in un sito o in un social si vede sbarrare il passo da questi «ok» prelevati di fatto con la forza. Oddio, proprio la forza no. L'astuzia. Ci chiedono: «Se vuoi navigare, continuando significa che accetti le condizioni relative alla tua privacy», tutti clicchiamo di sì per non occuparcene e così ci leghiamo mani e piedi a degli sconosciuti che registrano ogni nostro più piccolo passo online. Siamo tutti bambini, in questo: perché accettiamo caramelle dagli sconosciuti, ovvero condizioni di navigazione che non conosciamo.

Nella privacy estorta così, agli adulti, s'intende, i siti approfittano di una asimmetria di interesse: massimo interesse di chi naviga a continuare a farlo, minimo a valutare attentamente le possibili conseguenze della navigazione. Siamo all'esatto opposto del «consenso informato» che si deve firmare negli ospedali prima degli atti operatori importanti: in corsia siamo con gli occhi spalancati per capire cosa ci accadrà, al pc o sullo smartphone quel che ci basta sapere è cosa accadrà dopo il prossimo clic. Prestiamo agli spioni un consenso disinformato. E pensare che una volta Carosello era lo spartiacque tra la tv per tutti e quella per adulti, e i bambini andavano a letto dopo aver visto Carosello, e lo amavano molto, e chiedevano spontaneamente a mamma e papà di comprargli quelle merendine lì, senza alcun bisogno di essere spiati.

—© Riproduzione riservata—



Facebook gana un 49% menos pero los ingresos aumentan un 28%

SUPERA PREVISIONES/ Las provisiones por la multa de 5.000 millones de dólares por la fuga de datos y una sentencia sobre tributación lastran el beneficio, aunque la base de usuarios sigue creciendo.

Los usuarios de la tecnológica crecieron un 8%, hasta 2.400 millones mensuales

C. Ruiz de Gauna. Nueva York

La red social estadounidense Facebook ha cerrado el segundo trimestre del año marcada por la multa de 5.000 millones de dólares (4.475 millones de euros) impuesta por las autoridades de Estados Unidos por el caso de la fuga de datos a Cambridge Analytica que estalló el año pasado.

A las provisiones de 3.000 millones de dólares anotadas en el primer trimestre, se suman ahora 2.000 millones adicionales para completar la sanción impuesta por la Comisión Federal de Comercio (FTC), la más alta decidida jamás por el organismo. Además, Facebook se ha apuntado otros 1.110 millones de dólares en extraordinarios para afrontar más cargas impositivas después de una reciente sentencia judicial que ha revisado la tributación de las compensaciones a los empleados con *stock options*, que ya no serán deducibles en su totalidad.

Estas cargas extraordinarias han provocado una caída del beneficio neto del 49%, hasta 2.616 millones de dólares, en el segundo trimestre del año. No obstante, los ingresos de la tecnológica se han elevado un 28% entre abril y junio, hasta 16.886 millones de dólares. Además, Facebook no está notando el escándalo de la fuga de datos en su base de seguidores. Los usuarios activos mensuales experimentaron un creci-

miento del 8% respecto al año anterior, hasta 2.400 millones. La compañía que lidera Mark Zuckerberg estima que más de 2.100 millones de personas utilizan a diario algún servicio del grupo (Facebook, Instagram, WhatsApp o Messenger).

La empresa de Silicon Valley destaca que los anuncios en el móvil suponen el 94% de los ingresos por publicidad registrados por la firma, por encima del 91% de hace un año. La gestión de anuncios aporta más del 98% de la facturación total de Facebook.

Sin las cargas extraordinarias, el margen operativo de la compañía hubiera sido un 12% más alto, hasta el 39%, y el beneficio por acción hubiera ascendido a 1,99 dólares, un 14% más que hace un año. La cifra supone superar los resultados de los analistas, que preveían 1,88 dólares por título.

Tras la presentación de las cuentas trimestrales, las acciones de Facebook subieron más del 2% en el cierre prolongado de Wall Street. Desde enero, la tecnológica se ha revalorizado un 51% en Bolsa, hasta una capitalización por encima de los 580.000 millones de dólares.

Facebook destaca en sus resultados el creciente escrutinio de los reguladores a las grandes empresas tecnológicas, proceso que, de momento, no parece preocupar a los accionistas.

Facebook guadagna il 49% in meno ma i profitti aumentano del 28%



Investigación de la FTC

Facebook comunicó ayer en los resultados trimestrales que ha sido informada de la apertura de una investigación por parte de la Comisión Federal de Comercio (FTC) por posibles prácticas antimonopolísticas. El proceso se sumaría al que ha iniciado el Departamento de Justicia de Estados Unidos contra las grandes tecnológicas para decidir si vulneran la competencia (ver información adjunta).

SUBE EN BOLSA

A pesar de que Facebook advierte del creciente escrutinio de los reguladores, acumula una **subida del 51%** en Bolsa desde enero.