

Rassegna del 26/02/2019

Sole 24 Ore	22 Pmi, il digitale crescerà del 3% in Italia	Delfino Elena	1
Sole 24 Ore	8 Auto 4.0, i componenti hi-tech valgono per le Pmi 3,5 miliardi	Greco Filomena	2
Sole 24 Ore	8 Intervista a Marco Monti - «Con noi Tesla fa cento km in più»	...	4
Corriere della Sera	27 Mi si è piegato il telefono	Cella Federico - Ottolina Paolo	5
Sole 24 Ore	14 «Huawei, il target è l'Europa con gli smartphone pieghevoli»	Salvioli Luca	7
Italia Oggi	17 Brevi - Cisco e Tim, al Mobile world congress 2019 i nuovi servizi per la digitalizzazione delle imprese italiane	...	8
Tempo	15 Porta 10 start up italiane al Mwc 19 di Barcellona	...	9
Messaggero	19 Apple-Goldman: carta di credito via app	Pompetti Flavio	10
Corriere della Sera	20 «Amazon e l'app che ci controlla»	...	12
Sole 24 Ore	8 Panorama - Oggi in Lombardia niente consegne Amazon	Gi.M.	13
Giornale	16 Sciopero, oggi niente pacchi Amazon	...	14
Mf	14 Da BorsadelCredito.it prestati a chi vende su Amazon	Dal Maso Elena	15
Italia Oggi	41 Ecommerce giungla dei prezzi	Di Mambro Angelo	16
Italia Oggi	16 Il bricolage ora piace online	Greguoli Venini Irene	17
Corriere della Sera	33 Vivendi: avanti con il piano di Gubitosi «Ma il consiglio Tim va cambiato»	De Rosa Federico	19
Repubblica	25 Tim, il piano Gubitosi non fa alzare il prezzo gli analisti restano freddi	Bennewitz Sara	20
Sole 24 Ore	14 Tim, Vivendi contro Elliott: via alla raccolta deleghe - Vivendi avvia la raccolta deleghe contro Elliott: «Non contro l'ad»	Olivieri Antonella	21
Stampa	18 Tim, Elliott contro Vivendi "Vogliono sostituire Gubitosi"	F.SP.	23
ESTERA			
Echos	22 Netflix sollecita i produttori di smartphone	R.B.	24

Pmi, il digitale crescerà del 3% in Italia

INNOVAZIONE

Le stime di Banca Imi presentate ieri a Milano nel corso dell'IT Day

Elena Delfino

Nel triennio 2018-2020 il mercato del digital market italiano crescerà del 3% e un ruolo trainante sarà svolto dai digital enablers, per cui si prevede un incremento del peso sul totale del mercato nello stesso periodo da 18 a 22 punti percentuali. È quanto emerge da una ricerca Intesa Sanpaolo Research su dati Netconsulting presentata durante l'evento IT Day di Banca IMI, nato con l'obiettivo di promuovere l'incontro delle società del settore IT con gli investitori istituzionali. L'istituto di credito ha dedicato alle Pmi un'unità della divisione Investment Banking per le operazioni di finanza strutturata. «IoT, cloud, cybersecurity, big data, e ancora wearables e blockchain sono i driver della trasformazione digitale che sta interessando le piccole e medie imprese italiane. La digitalizzazione, declinata appunto sui cosiddetti digital enablers più che sull'IT tradizionale, è oggi sempre più un fattore di leadership discriminante sui mercati nazionali e internaziona-

li» commenta Alberto Francese, analista di Banca Imi e curatore della ricerca. Diciotto le pmi italiane presenti all'evento milanese, attive nel campo IT&Technology: fra le altre Alkemy, TXT, Chili, Triboo, BE, Giglio Group, Expert System, Vetrya, Retelit, H-Farm, Eurotech, Corvallis, GPI, WIIT, Intred, Lynx, Techedge, Digital Magics. «La trasformazione digitale ha guidato da sempre la nostra attività» dichiara Riccardo Donadon, presidente e amministratore delegato di H-Farm, nato come incubatore di startup, che prosegue: «In 12 anni abbiamo investito circa 27 milioni in progetti innovativi legati prevalentemente al digital, oggi continuiamo a investire ma l'open innovation è diventato soprattutto uno dei servizi che mettiamo a disposizione dei nostri clienti che sono alla ricerca di innovazione. Abbiamo sempre cercato talenti, brevetti, iniziative interessanti, ma anche team in grado di portarle avanti». Oggi H-Farm è alla ricerca di partner per far crescere il settore education. Tra gli esempi di pmi che puntano su realtà aumentata e IoT, la TXT Group, che sviluppa soluzioni software per il mercato high tech: «Puntiamo su aziende anche piccole ma sane, che abbiano contenuti innovativi, da sviluppare» dichiara Enrico Magni, amministratore delegato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Auto 4.0, i componenti hi-tech valgono per le Pmi 3,5 miliardi

AUTOMOTIVE

Le imprese del settore hanno performato bene su fatturato e redditività

Tra i punti deboli patrimonializzazione e dimensioni non adeguate

Filomena Greco

TORINO

Una rivoluzione in corso. Trainata dall'e-mobility e dallo sviluppo dei sistemi per la guida autonoma. L'apuntamento per le imprese italiane della filiera automotive è alle porte: secondo la stima di AlixPartners, da qui al 2023 le ricadute sul Made in Italy valgono tra i 2 e i 3,5 miliardi. Parte anche da questo dato lo studio - "Bilancio a 4Ruote" - condotto da Cdpe Sace Sismet, in collaborazione con Anfia e Alix partners, su un campione di 50 top player, che sarà presentato domani a Milano, insieme a imprese del settore come Prima Sole, Lamborghini, Adler, STMicroelectronics. La rilevazione fa emerge come le imprese della filiera arrivano da un momento positivo, trainato dalla crescita del mercato auto e dall'aumento dei volumi produttivi, seppure ora siano alle prese con una congiuntura più difficile e un mercato che nel 2018 ha invertito la marcia. In questi anni le imprese della filiera italiana hanno performato meglio - per fatturati e redditività - rispetto alla media del settore ma registrano condizioni peggiori sul fronte della patrimonializzazione - al 30% ri-

spetto alla media del 46%, sebbene allineati con la media delle imprese europee - e dell'indebitamento, doppio rispetto a quello di imprese affini nel resto del mondo. Questi dunque i punti deboli della filiera italiana, accanto ad un dimensione delle imprese ancora troppo piccola.

Al settore guarda con rinnovato interesse Cassa depositi e prestiti, nel quadro del nuovo piano industriale annunciato dal nuovo ad Fabrizio Palermo, che punta ad avvicinare la società alle imprese manifatturiere italiane e alle Pmi con interventi di finanziamento a medio-lungo termine per l'innovazione o strumenti come basket bond regionali o minibond a sostegno della crescita. «La componentistica italiana ha saputo cambiare pelle negli anni - racconta Paolo Scudieri, patron di Adler e presidente dell'Anfia - trasformandosi da indotto del car maker nazionale a filiera dell'auto europea, con il 56% di esportazioni». In futuro, aggiunge, «le sfide tecnologiche si affiancano alle nuove normative ambientale e alla qualità della formazione, per creare nuove competenze e professionalità». Ben venga dunque un approccio di sistema «che possa aiutare le filiere italiane a sviluppare nuove specializzazioni e vere a disposizione - conclude Scudieri - strumenti utili a risolvere il nanismo delle imprese e rispondere al fabbisogno di finanziamenti».

E se è vero che la stragrande maggioranza degli investimenti per lo sviluppo della mobilità elettrica saranno localizzati in Francia e Germania, con una stima complessiva che si aggira sui 40 miliardi, è altrettanto vero che

l'Italia potrà giocare la sua parte. Sconta un parziale ritardo nel posizionamento rispetto ai trend più innovativi, ma non parte da zero: «l'Italia detiene una posizione di leadership in materia di componenti elettroniche - è infatti il secondo Paese al mondo per saldo commerciale di conduttori elettrici per tensioni maggiori di 80 Volt - ed eccelle nella progettazione e nel design industriale delle apparecchiature di ricarica elettrica» sottolineano gli esperti che hanno lavorato allo studio.

In questo contesto, gioca a favore dell'Automotive italiano la buona propensione agli investimenti - l'automotive vale il 10% del fatturato della manifattura e il 14% degli investimenti fissi lordi, con una fische da 1,7 miliardi su ricerca e sviluppo, pari al 13,2% del dato nazionale e al 18,8% della spesa del manifatturiero - mentre rema contro il fattore dimensionale. Il 46% delle imprese rimane sotto la soglia dei 10 milioni di fatturato, oltre la metà inoltre conta un numero di addetti inferiore a 50. «Nel settore servono le giuste dimensioni per alimentare innovazione e competitività» spiega Maurizio Stirpe, azionista di Prima Sole e vice presidente di Confindustria. «Penso che l'industria manifatturiera dell'auto come il resto delle imprese manifatturiere italiane - aggiunge - abbiano la necessità di far fronte alle sfide del mercato attraverso un rafforzamento della patrimonializzazione, si dovrà crescere con l'apporto di capitale, facendo meno ricorso all'indebitamento bancario. Cdp, Sace e in genere gli investitori possono dare un aiuto importante».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Innovazione. I robot collaborativi che affiancano gli operatori nelle attività di assemblaggio nella fabbrica della Lamborghini Urus, chiamata Manifattura Lamborghini a Sant'Agata Bolognese, uno dei primi esempi in Italia di fabbrica 4.0

«Con noi Tesla fa cento km in più»

INTERVISTA

MARCO MONTI

Si tratta di un'eccellenza nel mondo per la produzione di semiconduttori e componentistica elettronica. STMicroelectronics ha il 40% di fatturato concentrato nell'automotive, 10mila addetti in Italia e "le mani in pasta" nelle tecnologie più avanzate per il powertrain elettrico e l'auto connessa. «Un'auto oggi ha circa 350 dollari di conduttori a bordo, in futuro il valore arriverà a 2.500 dollari» racconta Marco Monti, presidente del Gruppo Automotive and Discrete di ST.

Quanto è importante avere un'azienda così in Italia?

L'azienda produce in prevalenza negli stabilimenti di Catania e Agrate Brianza e vanta una *market share* alta nel settore automotive nel mondo, lavorando sia con i carmaker tradizionali che con Tesla. Facciamo 3,5 miliardi di fatturato nell'auto e meno del 5% è destinato all'Italia, questo dà un'idea delle difficoltà del mercato italiano nello sviluppare grande innovazione nel settore. C'è molto da fare per dare più fiducia alla filiera

italiana e convincerla a scommettere su soluzioni più avanzate.

Come aumenterà il peso e il ruolo dell'elettronica nell'auto?

Già oggi la macchina è un oggetto elettronico, con il 30% del suo valore rappresentato dai sistemi elettronici, una percentuale destinata a salire sempre più. Metà dei nostri ricavi nasce dallo sviluppo di soluzioni per le auto tradizionali, con applicazioni destinate al controllo dei motori termici, dei freni, dello sterzo, di airbag e luci, ma l'altra metà arriva dalle tecnologie più innovative collegate allo sviluppo dell'auto, dalle motorizzazioni elettriche, destinate a ridurre le emissioni e i costi della mobilità, fino allo sviluppo della connettività e della digitalizzazione del veicolo, funzionale ad un modello di mobilità condivisa. Il terzo trend è la gestione della complessità dell'auto attraverso i software.

Quali sono le vostre ultime innovazioni?

Produciamo in Italia circa il 70%, qui ad esempio, in particolare a Catania, abbiamo sviluppato la tecnologia che ha permesso a Tesla di aumentare il chilometraggio in autonomia da 700 a 800 chilometri.

—F. Gre.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A capo del Gruppo Automotive and Discrete di STMicroelectronics



Mi si è piegato il telefono

Presentati a Barcellona gli smartphone del futuro La nostra prova con gli schermi che si aprono

Evoluzione

I progetti dei marchi cinesi e il nuovo Samsung: «In mano come un libro»

dai nostri inviati a Barcellona
Federico Cella
e **Paolo Ottolina**

Da quando Steve Jobs presentò il primo iPhone, nel gennaio 2007, gli smartphone si sono evoluti, e tanto. Ma in 12 anni la sostanza non è cambiata. La forma a barretta è rimasta la stessa. Al Mobile World Congress, fiera mondiale della telefonia cominciata ieri a Barcellona, è partita la rivoluzione di un oggetto che come nessuno, neanche il televisore, è entrato nel nostro quotidiano. Si chiamano *foldable phone*, telefoni pieghevoli. Da chiusi sembrano (più o meno) un normale smartphone. La differenza la fanno aprendosi, come un libro, e regalandoci uno schermo da tablet. Diversi marchi cinesi a Barcellona hanno mostrato prodotti più o meno completi, da Oppo a Tci fino al più credibile Mate X di Huawei, che ha già un prezzo (2.300 euro) e una possibile data d'uscita (da giugno in poi). L'unico pieghevole pronto per i negozi porta però la firma di Samsung, che lavora sugli schermi flessibili dal 2011 e che lancerà il suo Galaxy Fold dal 3 maggio (prezzo da 2 mila euro). Lo abbiamo provato in esclusiva.

Il cosiddetto «effetto wow» è immediato. Per capire com'è fatto il Galaxy Fold pensate a un'agenda. Sulla «copertina» c'è uno schermo, come un telefono tradizionale (con

bordi abbondanti per ospitare antenne e batteria). Cominciamo a usarlo. Cerchiamo una destinazione su Google Maps. Trovato il posto sulle mappe apriamo il Fold, con un movimento naturale. A questo punto ci ritroviamo con un maxi schermo da 7,3 pollici, con la nostra cartina ben visibile in tutti i dettagli, senza necessità di zoom. Le app che funzionano in questo modo sono già circa 3.500.

Lo schermo è un Oled, una tecnologia di pannelli utilizzata su tv e telefoni che ha tra i pregi quello di potersi flettere. Al centro, dove lo schermo si richiude, rimane una (per ora) inevitabile piega, percepibile anche al tocco ma visibile soprattutto in controluce.

«È la prima espressione di una nuova categoria di dispositivi», spiega Eui-Suk Chung, vice presidente Samsung dedicato alla ricerca e sviluppo. «Nei prossimi anni il Fold si svilupperà, avrà una crescita tecnologica e di utilizzo più veloce di quella conosciuta in questi anni dagli smartphone tradizionali». Anche il prezzo, per ora elevatissimo, si abbasserà, man mano che il format prenderà piede.

Intanto l'esperienza d'uso giustifica già ora la nuova ondata. Foto e video, benché nel formato 4:3 dei vecchi tv, hanno una resa non comparabile agli schermi pur grandi degli smartphone di oggi. Instagram diventa un vero album fotografico da sfogliare. La tastiera virtuale è enorme ed è divisa in due parti per essere usata con entrambe le mani. «L'idea è di non snaturare quanto abbiamo imparato in questi anni sull'uso del telefono. Trasformare nuove funzioni in un'evoluzione natura-

le delle nostre abitudini attuali», aggiunge il manager coreano.

Tra le capacità del dispositivo c'è quella di utilizzare fino a 3 app insieme. Proviamo ad aprire la ricetta di una torta: nella metà a sinistra dello schermo c'è una pagina web con i passaggi, a destra in alto un tutorial su YouTube che spiega come utilizzare gli ingredienti, in basso a destra apriamo il blocco note per appunti sulla preparazione. Poi indossiamo i panni di un teenager e passiamo a un videogioco, che sfrutta i tre quarti dello schermo e riserva la porzione rimanente a una chat con WhatsApp, in una frenesia da multitasking non sconosciuta agli adolescenti.

Il Mate X presentato da Huawei è assai diverso: lo schermo si flette verso l'esterno. «Perché il nostro si piega all'interno?», dice Eui-Suk Chung. «È una decisione non solo tecnologica e industriale, ma legata soprattutto al modo d'uso. Pensiamo sia più naturale, è un gesto che conosciamo bene grazie ai libri». Guardando avanti, Chung dice: «Stiamo valutando altri prodotti flessibili. Un filone può essere quello dei display arrotolabili». Pensate a un bracciale che si toglie dal polso e diventa uno schermo.

I *foldable* affiancano gli smartphone. Ma, quando avranno il giusto equilibrio tra tecnologie mature e prezzo, sarà difficile rinunciare alla formidabile esperienza d'uso di uno schermo così grande da tenere in tasca. E allora, forse, la nuova categoria manderà in pensione quella attuale. Come gli smartphone hanno fatto con i cellulari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Samsung Galaxy Fold

CHIUSO

- Cover Display
- 4,6 pollici (11,7 cm)
- formato 21:9
- cover camera per i selfie
- 10 Megapixel

4,6 pollici (11,7 cm)

APERTO

- schermo principale
- 7,3 pollici (18,5 cm)
- formato 4,2:3,
- 10 Megapixel e 8 MP per effetto ritratto

7,3 pollici (18,5 cm)

RETRO

- 2 fotocamere per selfie
- 12 Megapixel (principale)
- 16 Mp (ultra-grandangolo)
- 12 MP (zoom 2x)
- 12 GB di memoria Ram
- 512 GB di archivio dati
- sistema Android 9.0
- connettività 4G o 5G

3 fotocamere

doppia batteria sotto le due metà dello schermo grande, 4.380 mAh (totale)

Uscita 3 maggio

Prezzo «da 2.000 euro»

Corriere della Sera



L'evento

MOBILE WORLD CONGRESS

In corso a Barcellona (termina giovedì) è la più grande fiera mondiale di telefonia mobile. Si svolge dal 2006 in Catalogna e raduna i massimi operatori di telefonia cellulare, i produttori degli apparecchi, i fornitori di tecnologia e contenuti. Da quest'anno l'evento è esteso all'intera categoria «mobile», quindi a tutti gli attori che usano questa tecnologia anche se non direttamente collegati con le telecomunicazioni



IL BIG CINESE

«Huawei, il target è l'Europa con gli smartphone pieghevoli»

Walter Ji, presidente consumer: «Vogliamo stimolare il mercato»
Luca Salvio

Dal nostro inviato
BARCELLONA

«È il frutto di un lavoro di ricerca durato almeno 3 anni. Siamo consapevoli che il prezzo sia elevato, tuttavia questo modello serve per stimolare il mercato e dagli un'indicazione per il prossimo futuro. Sono convinto che in due o tre anni i prezzi caleranno in maniera decisa e gli smartphone pieghevoli diventeranno non solo una punta di innovazione ma qualcosa di mainstream». Walter Ji, presidente della divisione consumer di Huawei per l'Europa occidentale, parla con in mano il Huawei Mate X da 2.299 euro appena presentato al salone tecnologico di Barcellona. È il primo telefono con schermo flessibile per il colosso cinese. Arriva qualche giorno dopo quello di Samsung. Costa 2.299 euro, probabilmente un record per il mercato, dopo i 2mila euro del cugino coreano.

Al manager piace fare previsioni. A maggio 2016, in una precedente intervista con *Il Sole 24 Ore* aveva detto che entro due anni Huawei sarebbe diventata la prima azienda produttrice di smartphone in Italia. Ai tempi la sua percentuale, in quanto a volumi di vendita, era sotto il 20%. Nel 2018, secondo Gfk, è arrivata al 27,7% contro il 22% del 2017, conquistando la prima posizione. La predizione del manager si è dunque rivelata corretta, anche se la battaglia con Samsung si gioca di mese in mese: a gennaio in testa sono passati nuova-

mente i coreani.

Al Mobile World Congress Huawei si presenta dopo un anno difficilissimo sul fronte delle relazioni con gli Stati Uniti sul 5G e sulla sicurezza nazionale, i cui strascichi sono arrivati anche in alcuni Paesi europei come Germania e Regno Unito. Al momento non ci sono stati effetti in Italia. La parte sotto attacco è quella dello sviluppo delle reti, mentre la divisione prodotti come conseguenza di questa tensione sta spingendo ancora di più sul vecchio continente. «Da 7 anni ci siamo dati l'obiettivo di crescere in Europa, ora siamo conosciuti e apprezzati da operatori e consumatori. I nostri migliori Paesi sono Italia, Portogallo e Spagna dove abbiamo quote di mercato vicine al 30%» commenta Ji.

Passando allo smartphone pieghevole, al momento nonostante il costo elevato per l'azienda la marginalità è negativa. Serve per «stimolare l'ecosistema», e dunque gli sviluppatori. «Il suo punto di forza è che da chiuso si può usare con una mano come un normale smartphone, quando si apre si può sfruttare lo schermo da 8 pollici per vedere foto, video e lavorare su documenti per il business». Il concept è molto diverso dal Samsung Galaxy Fold, che si apre come un libro e dunque ha lo schermo grande all'interno. Nel caso Huawei, invece, la pellicola Oled è esterna. Inoltre il Mate X ha al suo interno un modulo 5G. Diversi modelli presentati qui a Barcellona hanno compatibilità con il 5G: a oggi la rete di nuova generazione è però soltanto in fase di test. La promessa è che ci saranno le prime offerte commerciali entro la fine dell'anno.



WALTER JI
Il manager è presidente della divisione consumer del colosso cinese Huawei

© RIPRODUZIONE RISERVATA



BREVI

Cisco e Tim, al Mobile world congress 2019 i nuovi servizi per la digitalizzazione delle imprese italiane. Tim e Cisco rafforzano la loro partnership, annunciata nel 2018 sempre al Mobile World Congress, con l'obiettivo di accelerare la digitalizzazione delle imprese Italiane, puntando su nuovi servizi di rete gestiti e soluzioni di cybersecurity per le linee mobili Tim. Nel corso dell'anno, il servizio Tim Safe Web, già disponibile per oltre 600 mila clienti business di rete fissa, sarà esteso anche ai clienti business della rete mobile Tim. Con Tim Safe Web gli utenti delle linee mobili di Tim potranno usufruire di una protezione senza necessità di installare alcun software sui propri device. Ancora, fra i servizi, la gestione centralizzata delle reti con soluzioni Sd-Wan (Software defined – Wide area network).



Tim

Porta 10 start up italiane al Mwc 19 di Barcellona

■ Tim si conferma leader nell'innovazione tecnologica e nello sviluppo di servizi e soluzioni digitali innovative proiettate verso il 5G e presenta in occasione del Mwc19 di Barcellona - il principale evento mondiale dedicato alla telefonia mobile - dieci start up cresciute all'interno di Timwcap, l'incubatore di open innovation del Gruppo. I progetti abbracciano tra i nuovi e-sport, la finanza personale, soluzioni di commercio digitale e mobile payment, fino a soluzioni IoT basate sull'Intelligenza Artificiale.



Apple-Goldman: carta di credito via app

- La collaborazione in corso tra i due colossi porterà a una rivoluzione nel mondo dei servizi finanziari
- La società di Cupertino ora punta a diversificare ma per operare ha bisogno di una licenza bancaria

LA BANCA D'AFFARI, CHE NON DISPONE DI FILIALI, CERCA INVECE IL CONTATTO CON I PICCOLI RISPARMIATORI

L'ACCORDO

ROMA Il gigante della tecnologia Apple sta collaborando con la Goldman Sachs per rivoluzionare il mondo finanziario: insieme, le due società emetteranno una carta di credito sincronizzata con una app per iPhone, che funzionerà da sportello bancario mobile. La Apple sta cercando già da qualche tempo di avventurarsi nel campo, ma lo ha fatto finora in modo frammentario, con offerte che hanno incontrato un successo solo parziale. La sua app Apple Pay è stata scaricata da solo un quarto dei possessori di iPhone, e ha fatturato appena l'1% delle intere vendite di servizi (39,5 miliardi di dollari) offerti dalla società di Cupertino l'anno scorso. Allo stesso modo le banche hanno corteggiato la Apple nel tentativo di sviluppare piattaforme comuni. Un piccolo istituto del Rhode Island concede prestiti specifici a chi vuole comperare

gli iPhone di ultima generazione; un'altra gestisce i fondi depositati dai clienti nei profili di Apple Pay. Si tratta però di accordi limitati e provvisori, mentre Tim Cook e i suoi compagni vogliono di più: sanno che è arrivato il momento di avviare ai primi segni di stanchezza che il mercato ha dimostrato di recente nei riguardi degli iPhone, e per questo puntano a coniugare la tecnologia e il bacino di utenza della Apple con i servizi di una banca di grandi dimensioni.

I VINCOLI

La Citigroup per tutto il 2017 ha studiato l'opportunità di portare i suoi 18 milioni di correntisti digitali su una piattaforma mobile disegnata dalla Apple, e un simile progetto è stato avviato anche dalla J.P. Morgan. Alla fine la proposta più convincente è risultata quella della Goldman, perché le due aziende sono in qualche modo affini: sono entrambe dotate di disponibilità finanziaria pressoché illimitata, e nessuna delle due ha vincoli scomodi da violare nei confronti della triade di giganti delle carte di credito (Mastercard, Visa e American Express). L'unione è inoltre dettata dalla legge, la quale dice che nessuna

azienda, per quanto sana, ricca e dominante nel suo mercato, può operare da sola nel mercato finanziario senza aver prima ottenuto una licenza bancaria. La creazione di divisioni separate è stata operata con successo dalle case automobilistiche nell'ultimo decennio del secolo scorso, quando si sono dotate di istituti di credito per la vendita assistita delle vetture. Oggi è il turno delle grandi aziende della comunicazione a tentare il salto del fosso, e l'intera Silicon Valley guarda con trepidazione all'iniziativa Apple-Goldman. Amazon l'anno scorso dopo aver acquistato la catena di mercati alimentari di alta gamma Whole Food ha cominciato a lavorare all'idea di fornire servizi finanziari ai suoi clienti; Sqare Inc che produce i lettori di carte di credito per gli iPhone ha fatto richiesta di una licenza bancaria nello stato dello Utah. Anche la Goldman Sachs ha buoni motivi che la spingono a tentare l'avventura. Dopo un secolo e mezzo di vita la banca di affari è ancora legata al modulo della gestione dei grandi patrimoni: non dispone di filiali e non ha contatto con i piccoli risparmiatori. La collaborazione con Apple le fornirà un accesso immediato a 1,3 miliardi di loro.

Flavio Pompetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Clienti in fila davanti ad un Apple Store

«Amazon e l'app che ci controlla»

Addetti alle consegne oggi in sciopero a Milano per i turni e gli standard imposti dal colosso Usa

Niente pacchi da Amazon, per oggi. O almeno, questo è l'obiettivo dello sciopero proclamato da Filt Cgil, Fit Cisl e Uiltrasporti tra i conducenti dei veicoli che assicurano le consegne per conto del colosso mondiale dell'e-commerce in Lombardia, territorio che vale il 60 per cento del mercato italiano. A Milano è previsto un presidio di protesta, dove nel pomeriggio è atteso il segretario della Cgil Maurizio Landini. Al centro della contestazione ci sono i «ritmi di lavoro estenuanti, un sovraccarico che mette a rischio la sicurezza dei lavoratori e la qualità del servizio». La replica di Amazon: le consegne «vengono fatte attraverso piccole e medie imprese specializzate, che devono rispettare il Codice di condotta e garantire compensi adeguati».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

1,6

Miliardi

Quanto dichiara di aver investito Amazon (in euro) nelle sue attività italiane dal lancio,

nel 2010, nel nostro Paese. Di questi, calcola il colosso Usa, oltre 800 milioni solo nel 2018



Al lavoro
Un dipendente di Amazon circondato dalle scatole (foto Epa)



Oggi in Lombardia niente consegne Amazon

Oggi niente pacchetti con la scritta «Amazon» in Lombardia: i driver delle aziende che effettuano le consegne per il colosso dell'e-commerce nella regione hanno dichiarato una giornata di sciopero contro i «ritmi di lavoro estenuanti» e i troppi pacchi da consegnare ogni giorno. Un sovraccarico di lavoro che mette a rischio la sicurezza dei lavoratori e la qualità del servizio, spiegano in una nota congiunta Filt-Cgil, Fit-Cisl e Uil trasporti che hanno indetto la giornata di protesta e il presidio di questa mattina davanti alla sede del gruppo, a Milano. I sindacati fanno appello ad Amazon per un maggiore controllo della filiera, denunciando casi in cui le aziende in appalto «per accaparrarsi qualche rotta in più spremono i dipendenti». La nota ricorda anche che in molti casi non viene rispettato l'accordo di filiera dello scorso ottobre, che uniformava i salari dei driver in Lombardia e prevedeva il rispetto degli orari di lavoro attraverso timbratrici che ancora non sarebbero state installate. Amazon Logistics ha replicato alla nota sindacale ribadendo il proprio impegno affinché tutti i fornitori rispettino il Codice di condotta Amazon e le norme vigenti, tra cui orario di lavoro e retribuzione. Sul tema del precariato, Amazon ha ricordato la necessità di molti partner di ricorrere a contratti in somministrazione data la natura variabile del business delle consegne.

—Gi.M

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Stop dei driver.
Stamattina driver lombardi in presidio davanti alla sede Amazon



LA PROTESTA DEI DRIVER

Sciopero, oggi niente pacchi Amazon

I sindacati: «Carichi di lavoro intollerabili e dipendenti sottopagati»

■ Oggi stop alle consegne e un presidio sotto la sede Amazon in Lombardia. È l'iniziativa sindacale di Filt Cgil, Fit Cisl e Uiltrasporti. Portavoce della protesta, il segretario generale della Cgil, Maurizio Landini: «Torniamo a scioperare nella filiera di Amazon per denunciare i carichi di lavoro a cui sono sottoposti i driver che tutti i giorni consegnano i pacchi nelle case dei consumatori digitali». E poi: «I driver sono le uniche facce che chi acquista incontra del complesso sistema di distribuzione delle merci del colosso mondiale, diventano in definitiva la faccia con la quale Amazon entra in contatto con i propri clienti, eppure oggi sono quelli sottoposti a ritmi di lavoro estenuanti, un numero di pacchi consegnati che arriva anche al doppio di quelli che mediamente consegna un driver». Un sovraccarico che, sostengono i lavoratori, «mette a rischio la sicurezza dei lavoratori e la qualità del servizio offerto». A giudizio dei sindacati, «le aziende in appalto per accaparrarsi qualche rotta in più spremono i dipendenti per consegnare tutto ciò che gli è stato assegnato anche quando il furgone è colmo di pacchi».

E poi: «Non si prendono in

considerazione le condizioni meteo, la lunghezza dei tragitti, il traffico. L'importante è consegnare tutto e velocemente». Durante il periodo di novembre e dicembre il numero dei dipendenti assunti per le consegne dalle aziende in appalto ad Amazon è triplicato ma erano tutte assunzioni a tempo determinato. «Dopo il picco natalizio infatti - spiega ancora il sindacato - decine di lavoratori e lavoratrici sono rimasti a casa. Tuttavia le quote di mercato conquistate da Amazon aumentano ma a questo incremento non segue un'efficiente incremento del personale. Al contrario vi è un ancora troppo diffuso utilizzo di partite IVA con un unico committente».

«Sembra - aggiungono i rappresentanti dei driver - che Amazon faccia finta di non guardare alla sua crescita e "viva alla giornata". A questo si aggiunge che ad ottobre 2018 era stato raggiunto un accordo che uniformava il trattamento retributivo dei driver in tutta Italia».

Ma affinché l'accordo possa essere rispettato è previsto l'installazione di timbratrici che non si sono ancora mai viste. E gli straordinari? «Quelli restano un miraggio». Anzi, un «pacco».



SCONTRO
Sit-in sindacale



Da BorsadelCredito.it prestiti a chi vende su Amazon

di Elena Dal Maso

BorsadelCredito.it, istituto di pagamento autorizzato da Banca d'Italia, ha ideato un finanziamento ad hoc per gli Amazon Seller italiani. È il primo prodotto fintech che permette ai venditori professionisti di accedere a una linea di credito dedicata alle scorte di magazzino dei prodotti più richiesti e aumentare le vendite sul colosso delle vendite online. Già disponibile sul portale di BorsadelCredito.it, l'Anticipo Scorte Amazon Seller è rivolto alle società che vendono su Amazon da almeno tre mesi. Si effettua una richiesta tramite il sito e, permettendo a BorsadelCredito.it di leggere i dati di vendite

e di performance degli ultimi mesi, si ottiene una valutazione. Se positiva, il venditore potrà ottenere liquidità in 24 ore e fare rapidamente scorte dei suoi prodotti. La capacità poi di pagare il fornitore al giorno zero e di acquistare quantità di merce crescenti permette al venditore Amazon di ottenere sconti importanti alla fonte e migliorare il suo posizionamento sui prodotti più venduti. Grazie a un modello di valutazione sviluppato in casa, la piattaforma di P2P lending può leggere le performance del venditore e sommarle ai tradizionali parametri per l'emissione del giudizio di solvibilità. In caso di esito positivo, in poche ore BorsadelCredito.it eroga il prestito. La restituzione del finanziamento, poi, avviene in maniera graduale e contestuale alle vendite, canalizzando direttamente i pagamenti su BorsadelCredito.it. (riproduzione riservata)



Report della Commissione europea: regole Ue non rispettate e trasparenza al palo in 30 paesi

Ecommerce giungla dei prezzi

Offerte speciali trappola e info celate sui costi accessori

da Bruxelles

ANGELO DI MAMBRO

Offerte speciali sospette e poca chiarezza sui prezzi: sono le aree grigie del commercio online secondo un'indagine a tappeto dei siti web realizzata contemporaneamente in 30 paesi (i 28 Ue, Norvegia e Islanda) dalla Commissione Ue e dalle autorità nazionali di tutela dei consumatori, per l'Italia l'Agcm. Su 560 siti esaminati, circa il 60% presenta irregolarità per quanto riguarda il rispetto delle norme Ue a tutela dei consumatori, soprattutto in relazione alle modalità di presentazione di prezzi e offerte speciali.

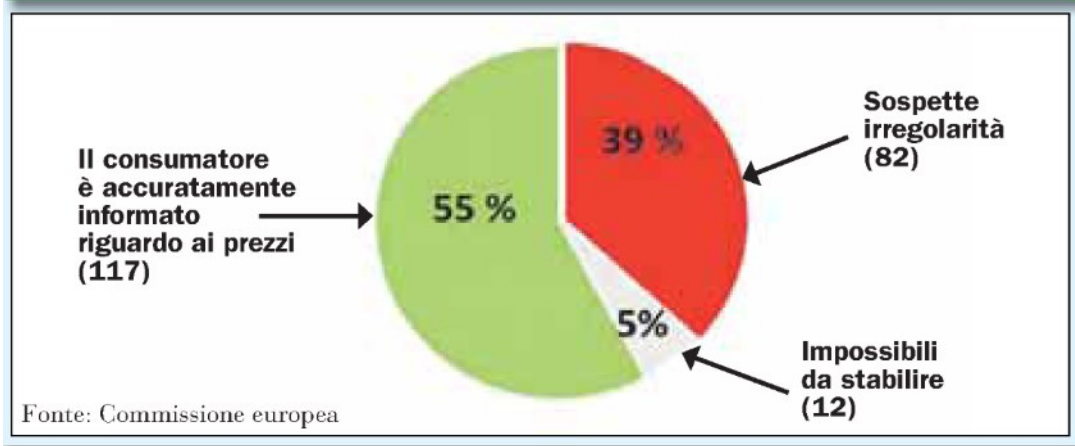
Per oltre il 31% dei siti web che offrono sconti (431 su 560), inoltre, le offerte speciali sono quantomeno sospette, con l'abitudine piuttosto diffusa di non dare informazioni precise e trasparenti sulla modalità di calcolo del prezzo scontato. Così, in 211 siti web il prezzo finale diventava superiore al prezzo iniziale offerto. Il 39%

dei siti non conteneva informazioni adeguate sulle spese supplementari alla consegna, i metodi di pagamento, le spese di prenotazione e altre maggiorazioni analoghe. La normativa dell'Ue a tutela dei consumatori impone invece agli operatori di presentare prezzi comprensivi di tutti i costi obbligatori, e qualora tali costi non possano essere calcolati in anticipo, la loro presenza deve almeno essere comunicata al cliente.

Ancora, nel 59% dei casi manca un link facilmente accessibile all'Odr, la piattaforma Ue in 25 lingue e disponibile in 31 paesi per la risoluzione delle controversie online, cui i negozi di e-commerce sono obbligati a iscriversi. Altre informazioni essenziali che generalmente risultano poco accessibili sono quelle sul diritto di recesso, irregolari nel 30% dei siti esaminati. A proposito di falle nella trasparenza, in 43 siti telefono e indirizzo email non erano chiari, in 38 non lo era l'indirizzo e in 24 l'identità del commerciante. Numerosi da lasciare «sbigottiti» il commissario Ue alla giustizia,

Vera Jourova, che chiede alle «autorità nazionali di tutela dei consumatori, con l'assistenza della Commissione» di prendere «le misure necessarie per porre fine a tali pratiche commerciali sleali». L'indagine ha riguardato tutti i settori, con maggiore attenzione a quelli in cui il commercio online è più diffuso: abbigliamento (146 siti), elettrodomestici (128), telefonia mobile, elettronica, computer, audio/video, calzature e cosmetici. Indagini come quella realizzata sull'e-commerce sono uno degli strumenti per rafforzare la cooperazione dei paesi Ue nella tutela dei consumatori. Nel dicembre del 2017 un nuovo regolamento (2017/2394) ha abrogato e rimpiazzato il regolamento 2006 del 2004 sulla cooperazione nella tutela dei consumatori. E lo scorso aprile l'esecutivo Ue ha presentato il suo «new deal» per i consumatori, un pacchetto di modifiche legislative di cui uno dei pilastri riguarda proprio regole per aumentare le tutele nel mondo online. La proposta è ora esaminata da Consiglio ed Parlamento.

Siti con irregolarità sulle offerte speciali



L'azienda francese ManoMano punta a crescere in Italia facendo sistema con le aziende

Il bricolage ora piace online

La categoria più venduta il giardinaggio. Settore da 170 mld

DI IRENE GREGUOLI VENINI

ManoMano mette il bricolage online: un catalogo vasto, la possibilità di consultare esperti, prezzi competitivi e la comodità di fare shopping sul web sono gli elementi con cui l'azienda francese vuole svilupparsi nei mercati europei, tra cui anche l'Italia. L'obiettivo è raggiungere un miliardo di euro di fatturato a livello globale entro il 2020, dopo aver superato 420 milioni di euro nel 2018, in crescita del 70% rispetto al 2017.

ManoMano nasce dall'idea di Philippe de Chanville e Christian Raisson, i due fondatori, appassionati di bricolage con un passato nel mondo finanza, con l'obiettivo di rendere più comoda e conveniente l'esperienza di acquisto dei prodotti legati al fai da te con la creazione di un e-commerce specializzato dove i commercianti possono vendere le loro proposte. «Era il 2012 e nel 2015 è nato ManoMano, il primo e-commerce interamente dedicato al bricolage e al giardinaggio», racconta de Chanville, «con un catalogo enorme, visto che oggi contiamo più di 3 milioni di prodotti, delle schede complete e dettagliate, una rete di esperti, i Manodvisors, per aiutare il cliente nel momento della scelta, prezzi competitivi e soprattutto la comodità di acquistare con un semplice clic da casa. Su ManoMano oggi ci sono più di 1.800 venditori attivi e sono più di 2,5 milioni i clienti che negli ultimi 12 mesi hanno acquistato almeno un prodotto dal nostro

catalogo».

Le potenzialità del mercato del fai-da-te e del giardinaggio online sono elevate, secondo Raisson. «Basti pensare che il settore in Europa vale più di 170 miliardi di euro. Il duopolio Adeo, con Leroy Merlin, e Kingfisher, con Castorama, domina questo mercato. E anche grazie a loro se oggi ci sono milioni di europei

appassionati di bricolage. Ma fino a oggi i distributori classici hanno visto nel digitale solo uno strumento di traffico verso il punto vendita, anche se ultimamente le cose stanno iniziando a cambiare. Un discorso diverso meritano gli altri attori e-commerce, come Amazon e eBay, dei veri e propri colossi che però non trattano solo il bricolage e il giardinaggio come noi, ma sono dei generalisti. Il vero punto differenziante tra noi e i nostri concorrenti è la nostra specializzazione, il nostro catalogo smisurato e la nostra esperienza cliente. Siamo convinti che entro il 2025 oltre la metà del mercato del fai-da-te sarà al 100% digitale».

In tutto ciò l'Italia, dove la categoria di prodotti che vende di più su ManoMano.it è il giardinaggio, è un mercato strategico per il business dell'azienda, anche se estremamente frazionato e ancora caratterizzato da una forte presenza di piccole medie imprese (più di 10 mila contro le 4 mila spagnole e le quasi 300 francesi per esempio). «Piccole e medie imprese che vediamo piuttosto come possibili business partner, non come concorrenti», osserva de

Chanville. «Il web non deve essere visto come un nemico, piuttosto come un'enorme opportunità. I marketplace giocano un ruolo chiave per accompagnare i negozianti al dettaglio in questa trasformazione. Lavoriamo quotidianamente con i nostri venditori per far crescere il loro business, offrendo la migliore esperienza cliente possibile: non solo un catalogo sempre più completo e in linea con le attese ed esigenze dei consumatori italiani, ma anche e soprattutto un accompagnamento a 360 gradi, dalla fase di consiglio pre-vendita, grazie alle schede prodotto e alla rete di esperti Manodvisors, fino a un servizio clienti attivo dal lunedì al sabato, passando per la fase realizzativa, con migliaia di tutorial e idee sul nostro blog e sui nostri canali social».

Per il momento l'impresa si sta concentrando sui paesi in cui è già presente, che sono la Germania, il Regno Unito, la Francia, l'Italia e la Spagna, con l'obiettivo, «di diventare i leader di questo settore in Europa», sottolinea Raisson. «Investiamo più dell'80% del nostro budget di ricerca e sviluppo nell'innovazione dei processi e nel trattamento dei dati, creando algoritmi ed ecosistemi che rendono l'esperienza d'acquisto virtuale fino a dieci volte migliore di quella in punto vendita».

© Riproduzione riservata





Da sinistra, Philippe de Chanville e Christian Raisson, fondatori di ManoMano. Sopra, una proposta per il giardinaggio

Vivendi: avanti con il piano di Gubitosi «Ma il consiglio Tim va cambiato»

Il nodo dell'integrazione con Open Fiber. Le aperture dell'Enel sulla rete unica

Vivendi apre al piano di Luigi Gubitosi per Tim e, per la prima volta, appoggia ufficialmente le proposte che lo scorso maggio aveva avanzato Elliott per rilanciare il gruppo telefonico, «inclusi modelli di business alternativi di rete fissa, iniziative di riduzione del debito, potenziale vendita di asset non strategici, semplificazione della struttura del capitale e distribuzione di dividendi», spiega la media company di Vincent Bolloré in un documento diffuso domenica da Parigi.

È un passo avanti importante, che non sgombra però il campo dai conflitti tra i due grandi soci di Tim. Sul tavolo resta infatti sempre la richiesta Vivendi di revoca di cinque consiglieri indicati dal fondo Usa, che verrà votata in assemblea il prossimo 29 marzo. L'improvviso allineamento potrebbe tuttavia aprire a una fase se non di stabilità certamente di minor instabilità per Tim. In Borsa ieri la speculazione si è allentata e, dopo aver aperto in rialzo, i titoli del gruppo hanno chiuso in calo dello 0,34%.

Il passo avanti più importante riguarda la rete e le ipotesi di integrazione con Open Fiber. «Vivendi è pronta a supportare la fusione di Open Fiber con Tim — ha fatto sapere la media company — nel caso in cui le condizioni siano corrette ed eque da un punto di vista operativo, finanziario e normativo e supervisionate da un consiglio di amministrazione composto in maggio-

ranza da amministratori indipendenti». Un'apertura di fiducia nei confronti di Gubitosi, ma non del consiglio, che Vivendi vuole invece modificare, come ribadisce nel documento diffuso da Parigi. Documento in cui la media company chiarisce che i cinque candidati indicati per gli eventuali avvicendamenti non aspirano a ruoli di gestione. «Vivendi non ha nulla contro Gubitosi, che sta cercando di costruire al meglio il suo piano industriale», ha chiarito ieri un portavoce.

Il negoziato sulla rete sta andando avanti. La scorsa settimana Gubitosi e la numero uno di Open Fiber, Elisabetta Ripa, si sono visti per scambiarsi informazioni e torneranno a riunirsi tra dieci giorni. L'allineamento tra Vivendi ed Elliott è certamente una buona notizia per il manager, che sul piano per la rete unica aveva già l'appoggio della Cassa depositi e prestiti che ha il 5% di Tim, destinato a crescere fino al 10%, ma soprattutto il 50% di Open Fiber. L'altro 50% è dell'Enel, che finora si è mantenuta cauta. L'amministratore delegato, Francesco Starace, ha accolto con favore l'avvio del tavolo con Tim, ma su un'eventuale integrazione tra le reti si è sempre detto contrario ad «accrocchi societari», ma non a ciò «che permetta di recuperare tempo all'Italia». Una posizione attendista che sarà probabilmente chiarita quando arriveranno i numeri.

Federico De Rosa

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I soci

- Il primo socio di Tim è Vivendi con il 23,9%. Seguono il Fondo Elliott con il 9,4%, la Cassa depositi e prestiti con il 5,03%, il Canada pension plan con il 3,13%. Il resto è diviso tra investitori esteri (54,5%) italiani (2,94%) e azioni proprie (1,08%)

- Il capitale di Open Fiber è equamente diviso tra Enel e Cdp Equity



Tlc

Tim, il piano Gubitosi non fa alzare il prezzo gli analisti restano freddi

SARA BENNEWITZ, MILANO

Gli analisti restano freddi di fronte al nuovo piano industriale di Telecom Italia, a dispetto del fatto che invece abbiano giudicato positivamente l'accordo con Vodafone sulle torri della controllata Inwit (al 60% di Tim).

I primi report dopo il piano presentato lo scorsa settimana dall'ad Luigi Gubitosi, confermano i giudizi e di massima i target price, perché anche se le torri creeranno valore, le prospettive future della telefonia domestica restano grigie e i flussi di cassa attesi nel triennio 2019-2021 sono inferiori di un miliardo rispetto a quelli del precedente piano 2018-2020. Condividere le torri con Vodafone, secondo gli analisti, ha fatto aumentare il valore di Inwit (+36% da inizio anno) e di conseguenza anche quello della capogruppo Telecom, nell'ordine di circa 5 centesimi per azione. Tuttavia le stime inferiori alle attese per il 2019 ma anche per il 2020-2021, hanno portato gli esperti a confermare i giudizi sul gruppo: Credit Suisse ribadisce il giudizio neutrale (con un obiettivo di 0,50 euro), Jp Morgan neutrale (0,49 euro) e Oddo ridurre il peso (0,50 euro). Più positivi gli analisti italiani: per Mediobanca

l'azione è da comprare fino a 0,76 euro, stesso giudizio da Equita (che alza il prezzo da 0,55 a 0,60 euro) mentre per Intermonte è un acquisto speculativo (il target price sale da 0,63 a 0,65).

Intanto ieri Vivendi ha precisato che pur non avendo votato a favore del piano industriale, non «ha nulla contro Gubitosi, che sta tentando di preparare al meglio il suo piano industriale», ma di essere contraria alla gestione e alla strategia di Elliott (9,4% di Tim), pur avendo dato segnali di apertura sia a discutere una fusione con Open Fiber (50% Enel e 50% Cdp), sia a convertire le risparmi in ordinarie. Il colosso francese – cercando di tirare dalla sua parte Cdp – ha ricordato di aver investito circa 4 miliardi sul 23,9% di Tim e di essere un investitore di lungo termine pronto a rilanciare l'azienda. La Cdp che lo scorso anno ha appoggiato il fondo attivista americano Elliott, ha fatto sapere che intende raddoppiare la sua partecipazione dal 5 al 10% circa della società: verosimilmente sosterrà l'attuale management del gruppo che punta a far nascere un unico operatore di rete mettendo insieme l'infrastruttura di Telecom con quella di Open Fiber.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Una torre Telecom Italia



BATTAGLIA PER IL CONSIGLIO**Tim, Vivendi contro Elliott:
via alla raccolta deleghe**

Vivendi avvia la raccolta deleghe per rimpastare il cda Telecom. La media company transalpina apre alla fusione con Open Fiber e alla conversione delle risparmio. «Divergenze con Elliott, non con l'ad Gubitosi», precisano da Parigi.

— a pagina 14

Vivendi avvia la raccolta deleghe contro Elliott: «Non contro l'ad»

LA CONTESA

Parigi apre alla conversione delle azioni di risparmio e alla fusione con Open Fiber

Bolloré punta a ribaltare il consiglio: per il fondo Usa anche Gubitosi è a rischio
Antonella Olivieri

Sembra di assistere alla replica della campagna attivista su Telecom della primavera scorsa, ma a copioni inversi. Questa volta è Vivendi che cerca di movimentare la scena con la «proxy fight» (assistita da Morrow Sodali) e l'obiettivo di ribaltare un'altra volta il consiglio. Lo fa con un manifesto dal titolo «Restituire valore a Telecom Italia» che, curiosamente, è stato pubblicato di domenica. Nel documento l'azionista transalpino, che detiene il 23,94% del capitale ordinario, attacca ancora l'antagonista Elliott, ma fa delle aperture sui «suggerimenti» avanzati dal fondo Usa che evidentemente vanno letti come messaggi a qualcun altro, al mercato, ma forse anche alla Cdp che ha in tasca la delega a salire fino al 10% e sarà probabilmente l'ago della bilancia nella partita di ritorno tra i due contendenti che si gioca il 29 marzo in assemblea.

Punto chiave del documento è la promessa a «sostenere qualsiasi proposta che si riveli nel miglior interesse a lungo termine di tutti gli azionisti e degli altri stakeholder», compresi «modelli di business alternativi di rete fissa, iniziative di riduzione del debito, vendita di asset non strategici, semplificazione della struttura del capitale e distribuzione dei dividendi». Come si traduca in pratica questo elenco di potenziali buoni propositi

non è spiegato. Ma, a riguardo della rete fissa, Vivendi per la prima volta si dice «pronta a sostenere la fusione con Open Fiber, se le condizioni sono corrette e eque sotto il profilo operativo, finanziario e normativo» e purchè «supervisionate da un consiglio composto in maggioranza da amministratori indipendenti», nel senso di un cda rimpastato con le sostituzioni raccomandate. Vivendi ribadisce comunque che «la rete fissa di Telecom è fondamentale per la creazione di valore». La «semplificazione della struttura di capitale» non può che essere la conversione delle azioni di risparmio che diluirebbe la quota dei francesi a poco più del 17%, operazione che ha bisogno dell'ok del primo azionista per passare e che Vivendi, infatti, aveva già bloccato in passato.

Sulla governance, Vivendi sostiene di non cercare il controllo, con il quale del resto ci sarebbe il rischio di dover consolidare il debito fino al Gruppo Bolloré, che è già di per sé sufficientemente levereggiato. Ad ogni modo Vivendi chiede di revocare cinque consiglieri tratti dalla lista Elliott - il presidente Fulvio Conti, Alfredo Altavilla, Massimo Ferrari, Paola Giannotti, Dante Roscini - per sostituirli con Franco Bernabè, Rob van der Valk, Flavia Mazzarella, Gabriele Galateri e Francesco Vatalaro. Nessuno dei candidati, assicura il proponente, ha l'ambizione di rivestire la carica di ad, mentre il presidente dovrà essere «non esecutivo e indipendente». Se resta in piedi l'attuale cda - sostengono da Parigi - il rischio è che vengano prese decisioni a favore solo di alcuni azionisti, e in grado di produrre al massimo valore solo nel breve.

Ambienti vicini al fondo Elliott hanno fatto notare che il documento sembra puntare il dito anche contro l'ad Luigi Gubitosi, visto che oltre a ripetere le contestazioni su alcuni

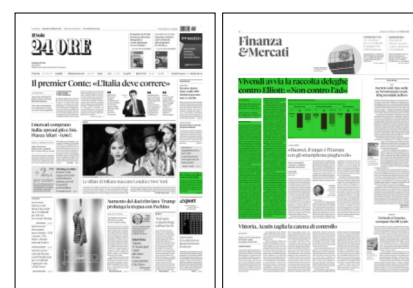
punti - l'impairment da 2 miliardi alla vigilia della sfiducia all'ex ad Amos Genish, l'iter non conforme alla prassi per la sua sostituzione, il profit warning sui risultati 2018 e le prospettive deboli per il 2019 - aggiunge anche la sostituzione di manager chiave per giustificare l'accusa di «inadeguatezza nell'ambito della gestione operativa e finanziaria all'interno dell'azienda».

Un portavoce ha però replicato che «Vivendi non ha nulla contro Gubitosi, che sta cercando di costruire al meglio il suo piano industriale. La divergenza è con Elliott, i suoi membri del consiglio di amministrazione e la sua idea di governance a proprio uso e consumo che non rispetta gli interessi di tutti gli azionisti». L'ad tra l'altro inizia oggi il road-show a Londra.

Dalla parte di Elliott - che ufficialmente non commenta - ci si consola però osservando che le «aperture» del socio francese sembrano per l'appunto sposare - con il dovuto ritardo - proprio i suggerimenti avanzati dal fondo nella sua campagna attivista.

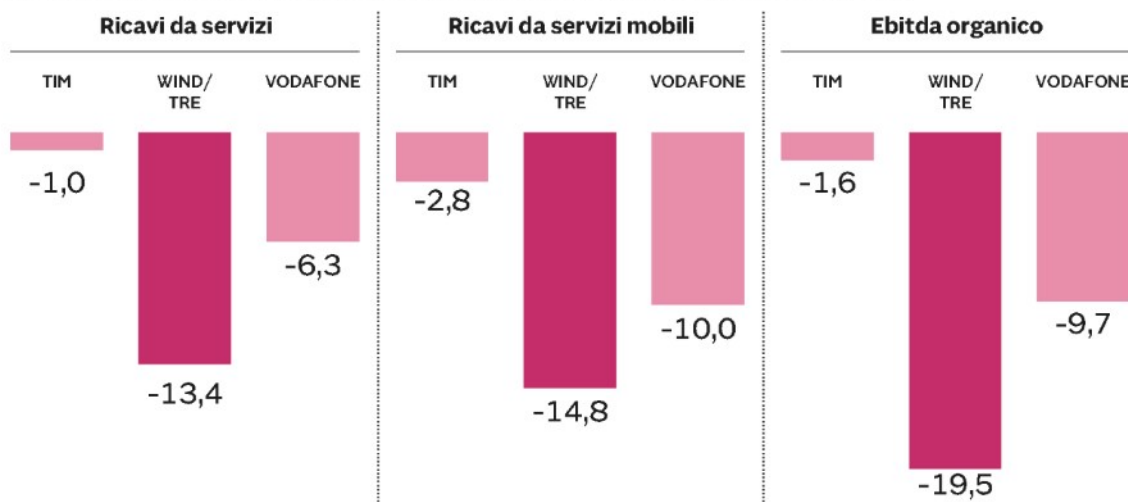
Poco variato il titolo in Borsa - -0,33% a 53,6 centesimi - mentre rintraccia anche Inwit (-3,56% a 7,86 euro), che era volata venerdì sulla scia di una possibile combinazione con le torri Vodafone, iniziative da incoraggiare, secondo il commissario Agcom Antonio Nicita.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il confronto sul mercato domestico

Variatione % del terzo trimestre 2018 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente



Fonte: Vivendi

MA DA PARIGI SMENTISCONO: "NULLA CONTRO L'ATTUALE AD"

Tim, Elliott contro Vivendi

"Vogliono sostituire Gubitosi"

MILANO

È partita la raccolta delle deleghe in vista dell'assemblea di Tim del 29 marzo e, con l'avvio della «campagna elettorale», si riaccutizza lo scontro tra Vivendi e Elliott. Al centro delle polemiche finisce la permanenza dell'ad Luigi Gubitosi che, secondo fonti vicine al fondo di Paul Singer, con una vittoria del gruppo francese sarebbe a rischio. Da Parigi, però, smentiscono tentazioni di un contro-ribaltone.

Vivendi (23,9% del capitale) nella prossima riunione dei soci punta a riequilibrare il cda a proprio favore sostituendo 5 consiglieri «targati» Elliott (9,5%) con altrettanti candidati propri. Secondo fonti vicine a Elliott però dal documento programmatico di Vivendi emergerebbe «con grande chiarezza» l'intenzione di rimpiazzare l'ad Gubitosi con l'ex numero uno Amos Genish, riportando in auge il piano DigiTim, sebbene fin qui non brillante alla prova dei conti. A insospettire il fondo sono alcuni passaggi del documento francese in cui, tra l'altro, si indica la «notevole inadeguatezza nell'ambito della gestione operativa e finanziaria all'interno dell'azienda» in occasione dell'allarme sui conti lanciato a gennaio. Oppure laddove si riportano le parole di un analista, secondo cui il nuovo ad Gubitosi «sta

facendo di tutto per mortificare le ambizioni del suo predecessore di migliorare l'ebitda domestico». Al contrario si ricorda come il piano di Genish abbia, a suo tempo, «ottenuto un ampio sostegno da parte del mercato». Da Parigi ribattono invece che «Vivendi non ha nulla contro Gubitosi, che sta cercando di costruire al meglio il suo piano industriale». La divergenza semmai è «con Elliott, i suoi membri del cda e la sua idea di governance a proprio uso e consumo che non rispetta gli interessi di tutti gli azionisti».

Per buona parte il documento di Parigi (supportata da Morrow Sodali) riporta anche punti di convergenza con i piani di Elliott e Cdp. Si fanno aperture sulla rete («Vivendi è pronta a supportare la fusione di Open Fiber in Tim», si legge) e sulla conversione delle azioni di risparmio in ordinarie con «semplificazione della struttura del capitale». Una riprova - dopo l'astensione sul piano e il sì al bilancio dei rappresentanti di Vivendi in cda - che un accordo su un progetto di sistema con Cdp è possibile. Tim ieri in Borsa ha chiuso con un -0,33% (0,53 euro) anche sulla scorta della cautela mostrata dagli analisti di Credit Suisse, che hanno ribadito un giudizio «neutrale» sul titolo. F. SP —

© BY NC ND ALL'UNO DEI DIRITTI RISERVATI



Netflix bouscule les fabricants de smartphones

L'arrivée prochaine de la 5G, qui va permettre de visionner davantage de contenus vidéo, force les constructeurs de smartphones à adapter leurs modèles.

Regarder un film de guerre dans le métro, sur un téléphone qui vibre au moindre tir de roquette, le visage des acteurs en treillis kaki s'étalant sur toute la taille de l'écran. Ces fonctionnalités sont en train de s'installer de plus en plus dans le monde des smartphones. Après avoir beaucoup misé sur la photo, en multipliant le nombre de capteurs ou en boostant leurs capacités via l'intelligence artificielle, les fabricants mettent tour à tour sur le marché les premiers téléphones adaptés à l'ère des contenus vidéo incarnée par Netflix.

Outre la nécessité de s'adapter au raz de marée provoqué par le leader américain de la SVoD, l'arrivée prochaine de la 5G motive cette évolution. Avec ses débits décuplés, le prochain standard de téléphonie mobile, prévu pour 2020 dans l'Hexagone, permettra en effet de télécharger un film en un claquement de doigts. Les « gamers » pourront aussi s'immerger davantage dans les jeux vidéo grâce au temps de réponse du réseau 5G qui sera de l'ordre de la milliseconde. En prévision, les smartphones font donc peau neuve.

Un écran au format 21/9°

Dernier exemple en date, Sony. Le fabricant japonais, un acteur reconnu du divertissement avec ses PlayStation et son studio de cinéma Sony Pictures, a lancé lundi, à l'occasion du MWC de Barcelone, trois nouveaux téléphones, dont le Xperia 1 à 999 euros, qui incarnent bien cette tendance. Pour la première fois chez Sony, ces smartphones ont un écran au format 21/9°, qui est le format... du cinéma. Aujourd'hui, la

plupart des téléphones ont un format 18/9°. « Cela permettra de visionner un film sans aucune bande noire des deux côtés de l'écran, explique Jean-Raoul de Gélis, directeur général de Sony Mobile en France. L'image recouvre l'intégralité de l'écran. Nous voulons proposer autour du contenu quelque chose qui aujourd'hui n'existe pas. En termes d'effet waouh, on ne fait pas mieux. »

Ce choix est logique pour un groupe présent dans les jeux vidéo, le cinéma et surtout la musique avec Sony Music, premier éditeur mondial. Une présence forte dans le divertissement dont il veut se servir pour faire la différence sur ses smartphones. Car dans le mobile, Sony a dégringolé : 5° fabricant mondial de smartphones derrière BlackBerry en 2009, selon Gartner, il n'est plus qu'à la 15° place aujourd'hui, avec moins de 1 % du marché.

Sony n'est cependant pas le seul à avoir cette stratégie. En présentant la semaine dernière son premier smartphone pliable, le Galaxy Fold, Samsung, ainsi que Huawei avec son Mate X, adapte lui aussi le téléphone du futur à la vidéo. Une fois celui-ci déplié, la dernière série de Netflix s'étale ainsi sur un écran beaucoup plus grand...

« La vidéo est la raison d'être des smartphones pliables. Plus les écrans sont larges, plus l'on regarde des contenus type Netflix sur son smartphone, explique Neil Mawston, analyste chez Strategy Analytics. Le problème de ces grands écrans, c'est l'autonomie de la batterie. La vidéo en consomme énormément. » Combien de fois pourra-t-on également plier l'écran sans le casser, et ne prendra-t-il pas trop de place dans la poche ? Pour toutes ces raisons, les smartphones pliables resteront à court terme très confidentiels : ils représenteront moins de 1 % du marché en 2019, selon Strategy Analytics. — **R. B.**

Netflix sollecita i produttori di smartphone

